



Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos
Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação
Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada
Nível Doutorado
Linha de pesquisa: Texto, Léxico e Tecnologia

ALEXANDRA FELDEKIRCHER MÜLLER

TERMINOLOGIA EMPRESARIAL:
PRINCÍPIOS DE RECONHECIMENTO E DE GERENCIAMENTO

SÃO LEOPOLDO
2013

Alexandra Feldekircher Müller

TERMINOLOGIA EMPRESARIAL:
princípios de reconhecimento e de gerenciamento

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Linguística Aplicada, pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Área de concentração: Linguística Aplicada –
Linha de pesquisa: Texto, Léxico e tecnologia.

Orientadora: Dr.^a Maria da Graça Krieger

São Leopoldo

2013

M958t Müller, Alexandra Feldekircher
Terminologia empresarial: princípios de reconhecimento e de gerenciamento / Alexandra Feldekircher Müller. -- 2013.
203 f. : il. color. ; 30cm.

Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) -- Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, São Leopoldo, RS, 2013.
Orientadora: Profa. Dr.^a Maria da Graça Krieger.

1. Linguística Aplicada. 2. Terminologia Empresarial. 3. Gestor - Terminologia. I. Título. II. Krieger, Maria da Graça.
CDU 81:005

ALEXANDRA FELDEKIRCHER MÜLLER

“TERMINOLOGIA EMPRESARIAL: PRINCÍPIOS DE RECONHECIMENTO E DE
GERENCIAMENTO”

Tese apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Doutor, pelo
Programa de Pós-Graduação em
Linguística Aplicada da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos - Unisinos

Aprovada em 23 de abril de 2013

BANCA EXAMINADORA



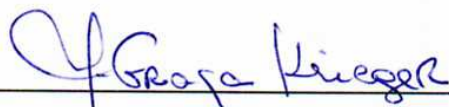
Profa. Dra. Lídia Almeida Barros (UNESP)



Profa. Dra. Cleci Regina Bevilacqua (UFRGS)



Profa. Dra. Adila Beatriz Naud de Moura (UNISINOS)



Profa. Dra. Maria da Graça Krieger (UNISINOS)

DEDICATÓRIA

Àqueles que acreditam que o conhecimento é capaz de mudar o mundo e lutam pelos
seus anseios mais profundos...

Àqueles que persistem até o final, mesmo que o preço seja noites sem dormir, encontros
que não acontecem, aniversários não comemorados, abraços não dados, palavras não
ditas...

Àqueles que conseguem no silêncio de um gabinete de estudo ouvir vozes para alegrar e
motivar seus pensamentos guiando-os no objetivo esboçado...

Aos que conseguem ver nos livros uma ótima companhia e conseguem fazer deles os
seus amigos...

Àqueles que acreditam em algo maior, sublime, supremo que ilumina os passos e os
pensamentos das pessoas nas escolhas e conquistas...

Enfim, aos que creem nas próprias palavras a ponto de poder abrir mão de muitas coisas
para não só dizê-las, mas também escrevê-las...

PS: À força divina que guia e faz com que se lute sempre!

À esperança da renovação e do amor que se repercute nas novas vidas que surgem!

AGRADECIMENTO

Professora Maria da Graça Krieger, minha orientadora e incentivadora
Professora Margarita Correia, pela acolhida no ILTEC para um doutorado sanduíche

Ao grupo do ILTEC

Às minhas amigas portuguesas: Ana Rita, Catarina e Sílvia, pela acolhida, amizade e
conversas...

Rosi, Fabrina, Cleiton, Cris K., Leandro, Jú Alles, Ana Carla, Juliana

Professora Gládis Maria Barcellos de Almeida

Professora Cátia de Azevedo Fronza

Professora Cleci Regina Bevilacqua

Professora Adila Naud de Moura

Professora Vera Dante de Mello

Professora Maria Helena Albé

Professora Marlene Teixeira

Aos “meus”

Ao meu esposo e amigo

Chaw e Melinha

Na verdade só sabemos quão pouco sabemos
– com o saber cresce a dúvida.

GOETHE (1826)

RESUMO

Face à intensa divulgação da comunicação e das terminologias e à renovação terminológica das últimas décadas é que se desenvolve esta tese de doutorado cujo interesse está em avançar nos estudos da terminologia empresarial, uma área a descoberto, visando ao seu levantamento e descrição. Nessa linha, a tese objetiva, numa perspectiva mais teórica, descrever a natureza constitutiva dos termos que compõem a categoria de terminologia empresarial e as características das unidades lexicais que circulam em empresas; e, numa perspectiva mais prática, propor diretrizes metodológicas para o Gerenciamento de Terminologia Empresarial (GTE). Para tanto, o percurso teórico foi trilhado à luz da abordagem da teoria linguístico-comunicacional da Terminologia, segundo a qual o termo é visto como uma unidade da língua geral que assume o valor especializado de acordo com o seu contexto comunicativo; como tal assume todas as implicações sistêmicas e pragmáticas que isso implica, olhando fortemente para os aspectos da variação, da sinonímia, da ambiguidade, entre outros. A perspectiva aplicada da Terminologia, a Terminografia, também serviu de base para a elaboração da metodologia para o levantamento dos termos empresariais e para a criação do GTE. Com base na proposta de investigação, descreveu-se o perfil do profissional que está apto ao trabalho com a terminologia da empresa, isso porque se postulou, nesta tese, que para o trabalho com o termo empresarial e com o GTE existe a figura, assim denominada neste trabalho, do Gestor Terminológico - alguém capacitado para desenvolver diversas atividades terminográficas no interior de uma empresa, atentando sempre para as reais necessidades de comunicação da organização, sendo um profissional harmonizador de terminologia no interior de uma empresa e um profissional capaz de desenvolver diferentes tarefas. Metodologicamente, para o propósito desta tese, realizou-se o estudo de caso com a Empresa Y M&E Brasil, identificando que a terminologia da empresa era híbrida e estava constituída por dois grandes eixos terminológicos: o eixo da Terminologia de Operacionalização Administrativa e o eixo da Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto. Este resultado serviu como um importante parâmetro para os dados que permitiram descrever a categoria terminológica empresarial, segmentada em Termo Organizacional e Termo Operacional. Como condição para o reconhecimento da categoria de terminologia empresarial, criaram-se quatro etapas metodológicas, as quais podem servir de base para trabalhos futuros. Outro importante resultado foi a elaboração das condições para a aplicação do GTE e suas principais características.

Palavras-chave: Terminologia, Empresa, Gerenciamento de Terminologia Empresarial, Gestor Terminológico.

ABSTRACT

Because of the intensive propagation of the communication and terminologies and the terminological renew since the last decades is developed this doctoral thesis whose interest is advance in the entrepreneur terminological studies, an unprotected area, aiming its recognition and description. In this perspective, the thesis focus, in a theoretical perspective, is recognize the terminological habits of the lexical units which are used in the enterprises, and besides, recognize the constitutive nature of the terms inserted in the entrepreneur category; additionally, in a practical perspective, the objective is suggest the methodological guidelines to the Entrepreneurial Terminology Management (ETM). To make it possible, the theoretical trajectory was based in the Terminology linguistic-communicational theory, which takes the term as a unit inside the general language that acquires a specialized value in accordance with the communicative context in which it is inserted; and, in addition, takes all the systemic and pragmatic implications, strongly sighting to the aspects related to the variation, synonymy, ambiguity, and others. The applied perspective of Terminology, the Terminography, was also used as a base to elaborate the methodology to the recognition of the terminological statute of the entrepreneurial terms and to the creation of the ETM. Based on the investigative propose, it was described the profile of the professional who is able to deal with the entrepreneur terminology, because, in this thesis, it was postulated that to work with the entrepreneurial terms and with the ETM of the company must exists the figure, as denominated in this thesis, of the Terminological Manager – someone who is able to develop lots of different terminographic activities inside the company, always keeping in mind the real communicative demands in the organization, being a professional with the ability to make the terminology inside the company harmonious, and besides, a professional who is able to develop different tasks. Methodologically, to the recognition of the statute and functioning of the terms inside the entrepreneurs and to the principles of ETM, it was done the case study with the Y M&E Brasil Company, identifying that the terminology of the company was hybrid and composed by two main terminological parts: the part of the Administrative Operation Terminology and the part of Product and Process Operation Terminology. This result serve as an important parameter to the data which allowed establishing the entrepreneur terminological category and the specificities of the entrepreneur term segmented in two – Organizational Term and Operational Term. As a condition to the recognition of the entrepreneurial terminological category, four methodological steps were created, which may serve as a base to future researches. Other relevant result was the development of the conditions to the application of the ETM and its main categories.

Key-words: Terminology, Company, Entrepreneurial Terminology Management, Terminological Manager.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organização estrutural da Economia I	61
Figura 2 – Organização estrutural da Economia II.....	62
Figura 3 – Organização estrutural da Economia III- constituição e administração.....	63
Figura 4 – Organização estrutural da Economia IV – finalidade.....	64
Figura 5 – Organograma da empresa Y M&E Brasil.....	84
Figura 6 – Organização setorial e terminológica da Empresa Y M&E Brasil.....	85
Figura 7 – Tela do sistema SAP R/3 -Variante Caverna denominada ao termo <i>Aluminum Alloy Sheet 7075-0</i>	97
Figura 8 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Chapa de Alumínio denominada ao termo <i>Aluminum Alloy Sheet 7075-0</i>	98
Figura 9 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Chapa denominada ao termo <i>Aluminum Alloy Sheet 7075-0</i>	99
Figura 10 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Barra Retangular de Alumínio denominada ao termo <i>Aluminum Alloy Sheet 7075-0</i>	100
Figura 11 – Esboço das funções básicas de uma empresa.....	110
Figura 12 – Criadores, fornecedores e usuários de terminologia em uma organização.....	111
Figura 13 – Parceiros da organização ou <i>stakeholders</i>	112
Figura 14 – Desenho funcional de empresa departamentalizada por funções.....	113
Figura 15 – Desenho divisional de empresa.....	113
Figura 16 – Organograma da empresa Mesarisa.....	114
Figura 17 – Organograma da empresa Refap S.A.....	115
Figura 18 – Organograma da Empresa de Manutenção.....	116
Figura 19 – Organograma da Empresa Trensurb.....	117
Figura 20 – Organograma da empresa Dell.....	118
Figura 21 – Segmentos Organizacionais Recorrentes e suas funções.....	121

Figura 22 – Setores Organizacionais Recorrentes e Organograma da Empresa de MRO.....	122
Figura 23 – Terminologia Empresarial: Termo Organizacional e Termo Operacional	123
Figura 24 – Organograma dos Segmentos Organizacionais Recorrentes nas Empresas.....	127
Figura 25 – Critérios para o reconhecimento terminológico.....	130
Figura 26 – Análise dos n-gramas/termos dos setores.....	135
Figura 27 – Organograma da empresa e sua terminologia.....	138
Figura 28 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Administração..	139
Figura 29 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Marketing e Vendas.....	140
Figura 30 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Recursos Humanos.....	141
Figura 31 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor Financeiro e Contábil e setor de Produção, Operação e Manutenção.....	142
Figura 32 – Categorias de termos de uma empresa.....	143
Figura 33 – Organização visual da proposta de GTE.....	157
Figura 34 – Fluxo de acesso à informação terminológica.....	161
Figura 35 – Fluxo do processamento terminológico das informações recebidas pela empresa.....	162
Figura 36 – Fluxo do processamento terminológico das informações criadas pela empresa.....	163

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Segmentos Empresariais Recorrentes em empresas.....	120
Quadro 2 – Lista dos 124 n-gramas candidatos a termos.....	129
Quadro 3 – Divisão do corpus.....	132
Quadro 4 – Características dos subcorpus.....	133
Quadro 5 – Setor de Logística.....	143
Quadro 6 – Setor Financeiro.....	144
Quadro 7 – Setor de Recursos Humanos.....	145
Quadro 8 – Setor de Administração.....	148
Quadro 9 – Setor de Marketing.....	150

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS	20
2.1 Terminologia.....	20
2.2 Terminografia.....	31
3 TERMINOLOGIA, COMUNICAÇÃO E EMPRESA.....	37
3.1 A Terminologia: qualidade de gestão	37
3.2 As empresas e a economia do Brasil.....	55
3.3 O Gestor Terminológico.....	69
4 ESTUDO DE CASO: EMPRESA DE MANUTENÇÃO DE AERONAVES.....	80
4.1 Descrição da organização da empresa	82
4.2 A terminologia na Empresa de MRO.....	92
5 DESCRIÇÃO E RECONHECIMENTO DA TERMINOLOGIA NA EMPRESA: ETAPAS METODOLÓGICAS.....	106
5.1 Setores recorrentes nas empresas e suas características terminológicas	107
5.2 Para o reconhecimento da categoria de termo empresarial	125
5.3 A terminologia de empresa: Termo Organizacional e Termo Operacional	136
6 DIRETRIZES PARA O GERENCIAMENTO DA TERMINOLOGIA EMPRESARIAL.....	154
6.1 Condições básicas para o GTE.....	155
6.2 Características gerais do GTE	157
6.3 Possibilidade de aplicação do GTE na empresa estudo de caso	160
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	166
REFERÊNCIAS.....	175
APÊNDICES.....	183

1 INTRODUÇÃO

Em todos os campos da ciência e da tecnologia se produz muitíssima terminologia. Ou seja, todas as ciências que têm grande capacidade de inovação, as mais inovadoras, como as tecnologias, as nanotecnologias, a ecologia, o meio ambiente etc. Portanto, a terminologia é algo que se produz constantemente e de forma permanente. Na medida em que o conhecimento cresce, sempre aparece nova terminologia, não se usa a terminologia antiga, porque senão o conhecimento não cresceria. Na medida em que dentro de um campo de conhecimento se produzem novas ideias, novos contextos aparecem e com termos que servem para denominar estas novas ideias. Muitas vezes, aparecem termos que não parecem termos. Quer dizer, ou são palavras do vocabulário comum e lhes é dado uma nova aceção semântica; ou o que se faz é um rodeio, uma explicação ou uma descrição porque este novo conceito ainda não tem nome. (María Teresa Cabré Castellví, XII Simposio RITerm 2010. Tradução nossa)

Esta tese de doutorado vincula-se à linha de pesquisa Texto, Léxico e Tecnologia do Programa de Pós-Graduação de Linguística Aplicada da UNISINOS. Dentre os temas abrangidos pelas investigações da linha, destaca-se a construção de bases de dados de terminologia, de glossários, de ontologias, de léxicos computacionais, assim como de corpus informatizados com anotação semântica. A linha de pesquisa abre a possibilidade de trabalhos inovadores na área, como os que propõem interfaces com as questões textuais, as tecnologias informáticas e as terminologias das linguagens especializadas. Nesse contexto, esta tese insere-se no âmbito das pesquisas terminológicas desenvolvidas no Grupo de Pesquisa Termilex¹.

A Terminologia é uma área que se ocupa, em primeiro plano, dos termos técnico-científicos, tanto no campo teórico como no campo aplicado. É nessa relação entre o teórico e o aplicado que está a motivação deste trabalho que, num plano teórico, visa ao reconhecimento do estatuto terminológico e da natureza das unidades lexicais que circulam nas empresas e, em um plano mais aplicado, propõe princípios de Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE), designação criada pela pesquisadora desta tese, sendo entendida como um conjunto de tarefas capazes de identificar, caracterizar e estruturar a terminologia das empresas de modo a implementá-

¹ O grupo é coordenado pela Professora Doutora Maria da Graça Krieger e enquadra-se na linha de pesquisa Texto, Léxico e Tecnologia.

las em uma plataforma² de dados de gerenciamento integrado de terminologias, uma vez que a compreensão comum dos conceitos, objetos e processos expressos pelo componente terminológico é fator condicionante para a qualidade da comunicação.

Como afirmou Cabré (2010), na epígrafe referida no início deste capítulo, se em todos os campos profissionais há uma terminologia, nas empresas isso também ocorre, e é nesse sentido que caminha esta tese, a qual parte do princípio de que a empresa é uma realidade distante do universo de estudos linguísticos e que pouco se sabe sobre a terminologia que nela circula. Avançar nessa investigação representa uma via de mão dupla deste trabalho, pois tanto pode beneficiar os estudos teóricos em Terminologia quanto seus resultados podem facilitar caminhos de aplicação ao mundo das empresas, o que vai reafirmar a dimensão social e pragmática da organização terminológica.

Acredita-se, assim, que a empresa com gestão terminológica, ou seja, com GTE, numa perspectiva linguística de estudo, ganha em qualidade da informação, da divulgação e da customização do seu trabalho, trazendo inúmeros benefícios ao seu público interno e externo. Como afirma Benveniste (2006), só se faz comunicação especializada com uma terminologia própria, assim como só se faz ciência por meio dos seus termos específicos. Logo, de um modo geral, uma das vantagens do GTE é permitir que se trate dos problemas das informações que são expostas aos funcionários da empresa e não são compreendidas, bem como da comunicação externa, em especial da sua divulgação.

O termo caracteriza-se por ser um nódulo conceitual arraigado pelo conteúdo especializado de determinada área e o não conhecimento e falta de compartilhamento por parte dos parceiros de troca comunicacional podem acarretar problemas de diversas ordens. Em primeiro lugar, no eixo comunicacional; em segundo, na execução das tarefas que envolvem informações que se valem de determinados termos; em terceiro, no desenvolvimento da missão de uma empresa e nos resultados a que visa. A terminologia, nesse sentido, mostra-se como elemento que veicula conhecimento e comunicação.

Dessa forma, esta tese associa-se a uma das finalidades pragmáticas e sociais da Terminologia Aplicada, no sentido de contribuir para suprir carências no âmbito da

² Plataforma é aqui entendida como uma estrutura computacional de hardware ou de software que suporta a adição de outros recursos computacionais que geralmente trabalham juntos em busca de um objetivo comum.

comunicação especializada em temáticas necessárias à sociedade e que ainda não dispõem de inventários terminológicos, ao propor diretrizes para o GTE e princípios de reconhecimento da terminologia das empresas.

A temática desta tese é inovadora, pois compreende questões de pouca reflexão na área da Terminologia, como no campo das empresas em nosso meio. Dessa forma, ela traz o enfrentamento de um grande desafio, refletido na criação de uma metodologia para o reconhecimento do estatuto e do funcionamento dos termos das empresas e para a criação dos princípios de GTE. Tendo em vista que a empresa é um universo distante dos tradicionais contextos dos estudos linguísticos, entende-se relevante a realização de um estudo de caso.

Cabe registrar que, apesar de haver consciência da importância da terminologia para uma comunicação clara, não há, no Brasil, estudos aprofundados acerca da terminologia empresarial, nem sobre o modo de tratá-la em uma empresa. Há, sim, glossários terminológicos relacionados ao objeto de trabalho das empresas, como glossário do caju, da moda, da borracha, da informática, de normas de segurança etc, que são terminologias ligadas à especialidade de cada empresa, à sua missão.

Com relação à escolha do domínio empresarial, este se justifica pelo fato de ser uma área ainda a descoberto no Brasil e por ser possível, na execução de tarefas relacionadas à gestão da comunicação especializada, a parceria de trabalho de profissionais da área da Linguística/Terminologia com profissionais das empresas, em especial com o Setor de Comunicação. Isto é um dos papéis da Linguística Aplicada que sai dos muros universitários e adentra num mundo de trabalho, podendo desempenhar tarefas fundamentais num ambiente profissional como o de uma empresa. A Terminologia na empresa, no Brasil, representa um passo a mais na sua evolução, desde o momento de seu surgimento na década de 70. Ela é uma área de estudos linguísticos, cujo potencial aplicado pode e deve romper as barreiras físicas das universidades, contribuindo para suprir carências da sociedade brasileira em vários ângulos e aspectos em que o tratamento da linguagem é relevante.

Em geral, as empresas recorrem aos profissionais da Comunicação e do Marketing para a resolução de questões de comunicação. Até mesmo para a organização das informações a serem disponibilizadas no site da empresa, são eles os profissionais que são chamados. Isso mostra que desconhecem a importante função que pode

desempenhar, na empresa, um Gestor Terminológico - profissional habilitado para reconhecer e lidar com a terminologia, sendo capaz de criar instrumentos terminográficos. A situação é menos conhecida na sociedade brasileira, mas reconhecida em países que valorizam o papel das práticas, das pesquisas e, principalmente, das políticas linguísticas terminológicas. Isto se deve, em determinada medida, ao fato de que os profissionais da Linguística não têm ainda tanta tradição em apresentar seus trabalhos ao contexto não acadêmico, fazendo com que o mundo profissional desconheça as habilidades do profissional da Linguística/Terminologia.

No que se refere ainda à proposta do GTE, nesta tese, salienta-se que este visa à produção de um instrumento terminográfico a ser desenvolvido na empresa. Assim, a atividade de gerenciamento como produto terminográfico pode gerar glossários, manuais, documentos, material instrutivo e de divulgação e outros instrumentos que favoreçam as condições de comunicação interna e externa da empresa. No âmbito interno, a organização terminológica contribui para uma harmonização da linguagem, uma vez que poderá servir como referencial à empresa para o uso adequado dos termos técnicos e dos respectivos conceitos. Em consequência, a harmonização diminuirá os ruídos³ de comunicação entre os profissionais que trabalham na empresa, contribuindo para a sua geração de lucros.

Tal como se pretende, os resultados desta tese podem beneficiar o trabalho dos profissionais da comunicação nas empresas, em especial do Gestor Terminológico, profissional aqui enfatizado. Com estas informações, esse profissional poderá trabalhar com maior agilidade, pois terá subsídios para identificar e organizar a terminologia da respectiva empresa de trabalho. Não obstante, esta tese também pode permitir ao Gestor Terminológico conhecer linguisticamente a natureza dos termos da empresa, além do modo como ela organiza e concebe seus serviços ou produtos, resultando mais facilmente na sistematização e no gerenciamento de seu repertório.

Não se pode, contudo, desconhecer que o Gestor deve estar instrumentalizado para lidar com os vários problemas que a terminologia traz, como a variação denominativa e conceitual, por exemplo, e as variáveis da própria empresa: ser

³ Entende-se por ruído qualquer tipo de problema que ocorra na comunicação no contexto de trabalho da empresa e que gere o não entendimento das tarefas, ocasionando erros na realização das mais variadas atividades de trabalho, desde o envio de um e-mail, o registro das atividades desenvolvidas nas fichas de controle do trabalho até uma reunião de negócios.

multinacional, ter matriz e filiais, ser de grande, médio ou pequeno porte, ter ou não funcionários estrangeiros, entre outras.

Partindo-se do pressuposto de que há, na empresa, uma comunicação profissional e de que a terminologia empresarial é um fator chave, duas grandes questões norteiam esta investigação:

1. O que é terminologia empresarial?
2. Como identificar a terminologia de uma empresa?

Soma-se a essas questões, inspirado na Terminologia Textual (KRIEGER, 2008), o pressuposto de que a identificação dos termos de uma empresa vincula-se ao seu organograma, à sua funcionalidade, à sua missão e visão, e ao seu objeto de produção. Além disso, o princípio de que existia termo na empresa foi algo fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. Contudo, o fato de não se saber como ele se constituía ou funcionava e de não existirem trabalhos que descrevessem essa categoria impulsionaram a elaboração desta pesquisa.

Salienta-se que esses aspectos e postulados orientam o caminho investigativo desta tese de doutorado que tem os seguintes objetivos:

1. Descrever:
 - a) a natureza constitutiva dos termos que compõem a categoria de termo empresarial;
 - b) as características das unidades lexicais que circulam em empresas;
2. Propor diretrizes metodológicas para o Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE);

Destaca-se que estes objetivos estão atrelados ao postulado da necessidade de um Gestor Terminológico, correspondente ao Gestor de Terminologia, para trabalhar com as especificidades da terminologia empresarial. Salienta-se que a denominação de Gestor Terminológico não se confunde como sendo uma ferramenta, mas, se consolida como um profissional, o qual poderia também ser chamado de Gestor de Terminologia, ambos como correspondentes. Nesse sentido, este trabalho oferece subsídios para o

desempenho das tarefas do Gestor Terminológico, denominação empregada para esta proposta de tese, no contexto específico das empresas, uma vez que ele necessita ser competente, ou seja, estar aparelhado para o desenvolvimento de suas tarefas em diferentes contextos de empresas, devendo considerar, principalmente, a missão e a organização estrutural delas. Deverá estar atento às suas especificidades, em especial, por exemplo, se a empresa for uma multinacional, envolvendo questões de tradução de documentos e com eles os termos técnicos. Friza-se que o Gestor num contexto de empresa deverá desempenhar inúmeras tarefas terminográficas, as quais não podem ser previstas e descritas na sua totalidade neste trabalho; contudo, nesta tese, o objetivo é aparelhá-lo de modo que possa contribuir para uma melhor comunicação entre os setores da empresa e, em especial, ter subsídios teóricos sobre o estatuto e funcionamento dos termos empresariais.

Assim, este trabalho apresenta um duplo foco:

Teórico: estatuto e funcionalidade dos termos das empresas;

Aplicado: diretrizes metodológicas para o GTE.

À luz desses apontamentos, considera-se importante o reconhecimento terminológico das unidades lexicais das empresas por ser uma categoria terminológica recorrente nesse universo, justamente por não haver comunicação especializada, também nas empresas, sem termos técnicos; por poder descrever as suas propriedades comportamentais, mostrando que a terminologia das empresas não é homogênea⁴; por mostrar um caminho que auxilie o Gestor Terminológico, bem como o profissional da Tradução que já atua na área empresarial; e, por fim, pela carência de estudos nessa área no Brasil.

Diante disso, do ponto de vista da estrutura desta tese, ela se encontra organizada em sete capítulos. O primeiro deles é esta introdução ao assunto que faz por abordar os objetivos e justificativas da proposta, com uma devida contextualização do assunto. O Capítulo 2 traz a fundamentação teórica sobre a Terminologia e a Terminografia, inspirada nos pressupostos da Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) que vai no rastro da Socioterminologia, uma vez que os termos apresentam variação, e estas dão suporte à análise da variação terminológica.

⁴ Homogênea é aqui entendida como exclusiva dessa empresa e não multifacetada.

No Capítulo 3, apresenta-se, a partir da existência da categoria terminológica empresarial, o universo das empresas e a terminologia como fator recorrente e fundamental. Além disso, faz-se uma reflexão sobre o termo na empresa e o seu funcionamento e as características do profissional que lida com a terminologia: o Gestor Terminológico. No Capítulo 4, adentra-se, após uma revisão bibliográfica e especificações sobre o funcionamento das empresas, num estudo de caso como importante recurso, ou etapa metodológica, para o reconhecimento das características das unidades terminológicas empresariais e suas funcionalidades, bem como para a construção das diretrizes metodológicas para o GTE. Nesse mesmo capítulo ainda, o foco está na descrição do funcionamento organizacional e comunicativo de uma empresa, a *Y Manutenção e Engenharia Brasil*. Já no Capítulo 5, tem-se como objeto central o reconhecimento do estatuto terminológico das unidades lexicais que circulam em empresas.

Após os resultados do estudo de caso e do reconhecimento das propriedades da terminologia empresarial, no Capítulo 6, são apresentadas as diretrizes criadas para o Gerenciamento da Terminologia Empresarial. Nesse contexto, postulam-se as condições básicas para que ele ocorra e suas características gerais para, na sequência, destacar uma possibilidade de aplicação do GTE na Empresa Y Manutenção e Engenharia Brasil. Por fim, o Capítulo 7 dá conta de apresentar as considerações finais sobre o todo do trabalho.

2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Terminologia

A Terminologia, como campo de conhecimento, tem como objeto principal de interesse o léxico especializado. Possui uma dupla acepção que significa tanto os termos técnico-científicos, representando o conjunto das unidades lexicais de uma área científica, técnica ou tecnológica (terminologia), quanto o campo de estudos ou disciplina (Terminologia). Nessa concepção, “ao lado de fundamentos teóricos, há também uma dimensão aplicada, refletida na produção de glossários e dicionários técnicos, entre outros instrumentos de organização formal das terminologias”, ou seja, a Terminografia (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 13).

Os estudos de Terminologia deram origem a várias Escolas de Terminologia, a de Viena, a de Praga e a Escola Russa e, mais tarde, a do Canadá, entre outras. As três primeiras são convencionalmente chamadas de Escolas Clássicas, caracterizadas pelo predomínio de uma perspectiva normativa sobre as terminologias em detrimento ao fundamento descritivo sobre o léxico especializado, prototípico das demais Escolas.

As pesquisas do engenheiro austríaco Eugen Wüster formaram as bases do pensamento sistematizado sobre os termos técnico-científicos, dando origem à Teoria Geral da Terminologia (TGT), publicada postumamente em 1979. Para a TGT, o estudo dos termos tem por objetivo determinar princípios e métodos de padronização terminológica. Esta padronização visa a um uso unívoco dos termos entre especialistas, de modo a garantir a perfeita intercomunicação científica e técnica em nível internacional (WÜSTER, 1998). Wüster estabeleceu as bases da Terminologia, numa visão prescritiva, primando pela univocidade, num princípio de ciência universal.

Do ponto de vista do desenvolvimento da Terminologia, a última década do século XX é um marco na sua história, porque passou a ser, então, efetivamente compreendida como um campo de conhecimento, com objetos de investigação definidos

e com princípios teóricos baseados na Linguística⁵. Contudo, a contribuição de Wüster para o seu desenvolvimento é de total importância, pois a padronização terminológica continua até os dias de hoje como uma importante tarefa para a área.

Foi na França, com a Socioterminologia (GAUDIN, 1993), que se originou essa renovação epistemológica, sendo o Canadá o grande propulsor dessa teoria. Entretanto, a afirmação e o desenvolvimento das atuais bases epistemológicas da Terminologia devem-se à Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) (KRIEGER e FINATTO, 2004), formulada por Cabré e seu grupo de trabalho da Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona, na Espanha.

Segundo Krieger, a TCT revisa e critica os princípios básicos da TGT, integrante da Escola de Viena, e justifica a tomada de novos rumos, uma vez que a introdução da TCT no campo das Ciências da Linguagem representa uma reversão do paradigma epistemológico prescritivo sob o qual a área nasceu. Observa-se, assim, que:

Por ir além do caráter cognitivo e prescritivo dos estudos clássicos, a Terminologia de viés contemporâneo assume uma face linguística e comunicacional, passando a conceber e descrever os termos como elementos naturais das línguas naturais, com todas as implicações sistêmicas e pragmáticas do funcionamento da linguagem. E, como tal, introduz princípios descritivos, tomando ainda os contextos de ocorrência como quadro referencial de exame do comportamento e da gênese das unidades de conhecimento especializado. Com este novo percurso epistemológico, a Terminologia está alcançando um desenvolvimento e um alto grau de maturidade que a situam efetivamente no âmbito das Ciências da Linguagem (KRIEGER, 2008, s.p.).

Nesse sentido, cabe destacar que a noção introduzida pela TCT dos princípios descritivos e a observação do contexto de ocorrência torna-se importante para a construção da proposição de GTE apresentada nesta tese.

A Terminologia vê o termo numa representação poliédrica (CABRÉ, 2005), com três dimensões: cognitiva, linguística e comunicacional. Focando na funcionalidade de representação e transmissão de conhecimentos especializados, essa dimensão poliédrica permite caracterizar o termo como: a) item lexical especializado (dimensão cognitiva); b) nóculo de representação do conhecimento especializado (dimensão linguística); e c)

⁵ Assim, com relação à Linguística e à Terminologia há dois posicionamentos distintos: um de Wüster que defende a Terminologia como uma disciplina distinta da Linguística; e outro das vertentes teóricas mais recentes que afirmam a Terminologia como parte da Linguística (CABRÉ e FELIU, 2001).

componente nuclear da comunicação profissional especializada (dimensão comunicacional).

Desse modo,

Um termo é uma unidade linguística que designa um conceito, um objeto ou um processo. O termo é a unidade de designação de elementos do universo percebido ou concebido. Ele raramente se confunde com a palavra ortográfica (GOUADEC, 1990, p. 3).

Nessa dimensão teórica, toma-se o termo pelo conceito apresentado por Cabré (1993, 1999, 2005) que o define como unidade de valor especializado, predominantemente de categoria nominal, com valor referencial e designativo, associado a um nóculo conceitual da área de especialidade.

Considerando esse eixo tridimensional básico, o termo deixa de ser compreendido como rótulo denominativo de conceitos. Além disso, é em razão de seus papéis de fixar e veicular conhecimento especializado que os termos não são elementos periféricos, mas nóculos cognitivos centrais de toda comunicação especializada. Esse ponto de vista mais largo está associado à compreensão de que o item léxico especializado não é um constructo cognitivo idealizado, mas um elemento da linguagem em funcionamento, caracterizado por variações, sinónímias etc.

Nessa perspectiva comunicativa, os termos são considerados unidades linguísticas naturais e caracterizam-se por serem unidades do conhecimento que assumem valor especializado pelo uso (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 78). Dessa forma, são unidades flexíveis, regidas pelo cenário comunicativo (CABRÉ, 1993, p. 35), assumindo estatuto terminológico pelo seu contexto comunicacional especializado.

Ao observarem-se os apontamentos teóricos sobre a constituição de um termo, já se identificava, em textos de ordem mais geral, posicionamentos sobre o valor das unidades léxicas (SAUSSURE, 2006), determinado, intrinsicamente pela oposição de sentido e pragmaticamente, pelo uso da língua. Para o autor, a fala e a língua formam o sistema de signos, sendo por meio da junção das duas que se chega ao valor, afinal, a fala é o uso da língua e a língua é produto da fala, o valor só se concebe pelo uso da língua, pois é por meio dela que se expressa o conhecimento. A respeito dessa necessidade, observa-se a afirmação: “a coletividade é necessária para estabelecer os

valores cuja única razão de ser está no uso e no consenso geral: o indivíduo, por si só, é incapaz de fixar um que seja” (SAUSSURE, 2006, p. 132).

Para compreender melhor a ideia de valor, não se pode adotar a soma do som e de um conceito como formadores de uma unidade terminológica, é necessário ir além e olhar para a propriedade que ela, a unidade terminológica, tem de representar um conceito, uma ideia. Pode-se dizer que a língua é “um sistema em que todos os termos são solidários e o valor de um resulta tão somente da presença simultânea de outros” (SAUSSURE, 2006, p. 133), donde se conclui que o valor de um termo é determinado por aquilo que o rodeia, pois depende do meio, delimitando-se pelas diferenças. Sua característica é ser o que os outros termos não são. Em um sintagma da língua, por exemplo, o valor se processa por se opor ao que o antecede ou o segue. Em outras palavras, permissivo afirmar que um item lexical específico assume estatuto de termo de dada área porque está sendo usado naquele círculo comunicativo com determinado valor.

De todo modo, os termos em função do âmbito especializado em que se inserem caracterizam-se por alguns fatores pragmáticos como a função referencial, a temática específica, os usuários especializados, a situação comunicativa mais formalizada e um discurso profissional e científico (CABRÉ, 1993, p. 222).

Por outro lado, é válido ainda afirmar que a visão do uso dos termos e do acesso das linguagens especializadas vem se modificando, com o passar do tempo, devido ao avanço das tecnologias. Tal como afirmam Krieger, Maciel e Finatto (2001, p. 318), “hoje, os termos circulam intensamente, porque ciência e tecnologia tornaram-se objeto de interesse das sociedades” e o léxico especializado já não é mais considerado domínio dos especialistas. Assim, comumente os leigos os utilizam em variadas situações comunicativas porque ele sai do círculo especializado e vai para os meios de comunicação, passando de um nível científico para o popular (LANDAU, 1993, p. 181).

O modo de divulgação desse conhecimento especializado se dá por meio de textos. A Terminologia de viés comunicativo postula o texto como o habitat natural dos termos e o concebe como objeto de comunicação entre destinador e destinatário. Nessa perspectiva, Krieger e Finatto (2004) afirmam a importância do estudo dos termos em textos e da identificação das suas propriedades para a caracterização dos termos, e validam a abordagem textual como capaz de permitir a identificação, por exemplo, dos

fatores pragmáticos da comunicação especializada que ativam a “feição terminológica que distintas unidades lexicais assumem no contexto das comunicações” (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 109).

Assumindo esse posicionamento, enumeram-se como fatores pragmáticos o objeto de comunicação, o destinatário, o destinador, o tema, a área do conhecimento, entre outros, pois é percebendo esses dados que se pode conhecer ou reconhecer o léxico com feição terminológica em um texto especializado, aspectos fundamentais para o reconhecimento do estatuto e da funcionalidade dos termos das empresas nesta tese de doutorado.

Krieger (2008, s.p.), sobre a importância desse enfoque textual para a Terminologia Comunicativa, afirma:

Isso corresponde a considerar o texto como o lugar primeiro de surgimento das terminologias, bem como concebê-lo como objeto de comunicação entre destinador e destinatário. Muitos já são os resultados decorrentes desse novo enfoque, que denominamos de Linguístico-textual, e que tem contribuído para o avanço da investigação terminológica.

Nesse contexto há uma crescente preocupação em identificar as propriedades do texto especializado. Vale dizer, muitos estudiosos de Terminologia passaram a se interessar, de uma forma mais sistemática, pelas tipologias e estruturas dos textos produzidos nas comunicações especializadas.

Essa aproximação entre a Terminologia e o texto pode ser situada em dois focos: “1. repercussões da visão textual para um conhecimento mais aprofundado dos termos, fraseologias e definições; 2. investigações centradas no reconhecimento das características e propriedades específicas dos textos especializados” (KRIEGER, 2008, s.p.). Isso significa dizer que é importante olhar para os fatores que envolvem a comunicação, como a situação comunicativa, os interlocutores e os seus papéis, o tipo de informação e qual a sua função; do mesmo modo que é válido olhar a superestrutura do texto, ou seja, seus componentes macro e microestrutural.

Ainda a respeito da alteração de paradigmas no campo terminológico, vale lembrar que os procedimentos metodológicos clássicos eram distintos, tanto que a identificação das unidades terminológicas baseava-se exclusivamente na chamada árvore de domínio, ou seja, na representação formal da estrutura conceitual de um

campo de conhecimento. Tal recurso, embora importante, não é suficiente, porque a noção de domínio vincula-se à de uma estrutura conceitual lógica e superordenada. Em consequência, as unidades lexicais especializadas se limitavam a ser observadas num lugar estático, sendo, portanto, alijadas das contextualizações discursivas, seu habitat natural (KRIEGER e FINATTO, 2004).

Nesse novo contexto epistemológico, uma unidade lexical ou sintagma pode assumir o estatuto de termo em razão de sua inserção em um determinado texto especializado. Desse modo, o estatuto terminológico de uma unidade lexical depende, obrigatoriamente, de sua relação cognitiva e pragmática com alguma área do saber especializado. Daí por que, além do componente sistêmico das terminologias, é vital considerar suas relações com o cenário comunicativo em que se manifesta.

Apesar de toda a complexidade envolvida na identificação do estatuto de um termo, que é uma entidade multifacetada, um estudo que busca subsídios para descrever aspectos de sua configuração formal, suas possibilidades de realizações distintas, e alguns aspectos do seu componente cognitivo, oferece subsídios para uma compreensão maior da natureza constitutiva e das regularidades do componente léxico da língua, bem como das peculiaridades da terminologia das distintas áreas de conhecimento. É nesse contexto que se apresenta esta tese doutoral que visa a contribuir para a descrição e identificação do estatuto terminológico dos termos empresariais.

Cabe também não só pensar no termo em si, neste estudo, mas também na questão da sua definição, a qual, segundo Aristóteles, é caracterizada por apresentar o conceito que revela a natureza essencial de alguma coisa, diferenciando-a das demais por meio da expressão do gênero próximo e da diferença específica.

Para Pavel (2002, p. 23), é “uma fórmula lexicográfica sucinta que descreve os traços semânticos distintivos de um conceito” e que deve oferecer o significado do conceito e não informar sobre o uso de um termo. A autora complementa seu posicionamento, afirmando que a definição se configura como:

[...] um enunciado sucinto que expõe de forma clara o significado de um conceito especializado. Começa com uma palavra que identifica a classe mais ampla, o genérico a que pertence o conceito, especificando seguidamente os traços ou características essenciais ou distintivas que diferenciam claramente o conceito em questão do resto de conceitos relacionados dessa mesma classe (PAVEL, 2002, p. 24).

Para Krieger e Finatto (2004, p. 93), a definição é “um enunciado-texto que dá conta de significados de termos ou de expressões de uma técnica, tecnologia ou ciência no escopo de uma situação comunicativa profissional, veiculando, assim, conceitos de uma área do conhecimento”.

Acredita-se, nessa perspectiva, que uma definição deve ser capaz de apresentar de forma clara o significado de determinado conceito que integra uma área do conhecimento, servindo de instrumento de veiculação do conhecimento especializado. Ainda, deve ser capaz de se adequar e de ser adequada pelo seu produtor para assegurar as especificidades e necessidades da comunicação que se estabelece.

Nesse sentido, Rey-Debove (1971, p. 227) postula que a definição terminológica pertence ao especialista e que para o caso de se destinar a um público geral, não especialista, apresentaria um nível médio de conhecimento, como bem retomam as autoras Krieger e Finatto (2004).

No que se refere ao modo de definir, há várias formas de fazê-lo. A forma prototípica é a definição por gênero próximo e diferença específica, sendo o gênero próximo “a porção da definição que expressa a categoria ou classe gramatical a que pertence o ente definido” e a diferença específica a “indicação da(s) particularidade(s) que distingue(m) esse ente em relação a outros de uma mesma classe” (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 93)⁶. No entanto, Sager (1990, s.p.) diz que muito poucas definições terminológicas seguem esse padrão.

Assim, considerar a situação comunicativa e os diferentes modos de definir é algo de grande valor na Terminologia e, de um modo aplicado, nos produtos terminográficos.

Retomando a questão do papel do texto para a Terminologia, cabe destacar que com o olhar da Linguística, na década de 90, a Terminologia passa a ver o texto como seu objeto indireto (KRIEGER, 2008), uma retomada que se consolida nesta proposta de tese como um importante elemento, uma vez que para o reconhecimento da terminologia de empresa é necessário olhar para o seu contexto de ocorrência, os textos.

⁶ Segundo Pavel (2002), a definição pode ser também por *função*, *descrição de uma ação* e *paráfrase sinonímica* e todas elas devem respeitar os princípios da *previsibilidade*, *simplicidade*, *enunciado afirmativo*, *não circularidade* e *ausência de tautologia*.

Os estudos terminológicos ampliaram sua visão, mas não se confundem com a Linguística das Linguagens Especializadas, que conversam muito bem com a Terminologia. Estes estudos nascem na Alemanha com Hoffmann (HOFFMANN, 1998) e são amplamente discutidos por Ciapuscio (CIAPUSCIO, 1998).

A linguagem especializada tem especificidade de conteúdo e de termos, mostrando a importância da relação entre termo e texto. Tal fato permite ser ilustrado pela pertinência pragmática e temática, isso porque não há no absoluto a linha divisória entre termo e palavra.

Os textos especializados se organizam como textos em geral e, de acordo com Maciel (2001), seguem os princípios gerais de redação de textos orais ou escritos específicos de cada gênero.

Partindo desse pressuposto, os produtores dos textos deveriam seguir os postulados norteadores da produção de textos gerais, como, por exemplo, levar em conta a situação comunicativa e seus participantes, o leitor e produtor do texto, conforme se vê em Bentes (2005, p. 262):

O conhecimento da situação comunicativa mais ampla contribui para a focalização, que pode ser entendida como a(s) perspectiva(s) ou ponto(s) de vista pelo(s) qual(is) as entidades evocadas no texto passam a ser vistas, perspectivas estas que, com certeza, afetam não só aquilo que o produtor diz, mas também o que o leitor ou o destinatário interpreta.

A ênfase é dada de fato para quem usa ou produz as unidades terminológicas, no seu contexto de produção, na seleção lexical, nas condições de uso e nas características temáticas e pragmáticas do universo que as envolve (MACIEL, 2001). De acordo com Ciapuscio (1998, p. 43), o texto especializado, como manifestação linguística, não difere essencialmente do texto não especializado, se concebido dentro das condições de intencionalidade e aceitabilidade que dizem respeito às atitudes dos interlocutores.

Em consonância com esses posicionamentos, Cabré (1993) aponta os elementos linguísticos (características lexicais, morfológicas e sintáticas) e pragmáticos (produtores e destinatários, situações comunicativas e propósitos visados) como qualificadores do texto especializado, além da sua função. Os textos especializados diferenciam-se de acordo com a área de especialidade pela seleção dos recursos

linguísticos e pragmáticos que o autor realiza. Contudo, as tipologias textuais⁷ e a estrutura do texto (componentes macro e microestruturais⁸) adquirem as características linguísticas e pragmáticas da área em que estão sendo usadas, atribuindo propriedades específicas aos textos de diferentes gêneros e diferentes áreas.

Como descreve Hoffmann (1998), o texto especializado é um produto resultante de um ato comunicativo especializado, composto de uma série de itens lexicais com princípios linguísticos de organização, correspondendo à determinada realidade objetiva.

O texto especializado é o instrumento ou o resultado de uma atividade comunicativa socioproductiva especializada. Compõe uma unidade estrutural e funcional (um todo) e está formado por um conjunto ordenado e finito de orações coerentes pragmática, sintática e semanticamente ou de unidades com valor de oração, que, como signos linguísticos complexos de enunciados complexos do conhecimento humano e de circunstâncias complexas, correspondem à realidade objetiva (HOFFMANN, 1998, p. 77).

De um modo geral, os estudiosos da área têm convergido para a noção do texto como a representação da materialização da comunicação especializada, cujos fatores determinantes são a temática (critério temático) e os participantes do ato comunicativo (critério pragmático). Esses dois critérios, por serem variáveis, originam diferentes tipologias de texto especializado, como refere Hoffmann (1998).

Essa tipologia pode estar associada ao grau de especialidade, maior ou menor, que as comunicações especializadas comportam, o que implica, além do tema, na utilização da terminologia da área em questão, além de outros aspectos. Essa variação tipológica está relacionada com a distinção, por exemplo, entre um livro de

⁷ Na perspectiva dos estudos recentes da Terminologia, para designar os diferentes tipos de textos é empregada a denominação de tipologia textual. No entanto, para os estudiosos do texto e dos gêneros textuais o que para a terminologia é tipologia para eles é gênero. Nesse âmbito, Marcuschi (2002, p. 22), consoante com a posição de Douglas Biber, John Swales, Jean-Michel Adam e Jean Paul Bronckart, define “gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sociocomunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica”.

⁸ Para Van Dijk (1978), um dos primeiros autores a propor o conceito de macro e microestrutura do texto, a macroestrutura é uma estrutura de significação global de um texto, derivada da microestrutura ou base de texto. Para Vilela (1999), a microestrutura e a macroestrutura textual, são unidades que se situam no domínio cognitivo, no domínio semântico: é uma configuração da conexão global do texto. Resumidamente, podemos inferir que as macroestruturas textuais permitem a formulação de uma ideia global do texto, ao passo que as microestruturas, constituindo unidades em si mesmas, articulam-se formalmente para tornar coesa a macroestrutura.

Terminologia e um artigo de jornal, pelos critérios específicos empregados em cada um dos dois textos, pois “os propósitos diferenciados de cada tipo de comunicação e os diferentes destinatários previstos explicam não apenas a variação da densidade informativa, como o uso maior ou menor de terminologias” (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 116).

Na mesma direção, Ciapuscio (1998) trata da variação conceitual que se estabelece conforme a tipologia textual da comunicação especializada. A variação conceitual se relaciona com os graus de especialização de alguns textos em detrimento de outros, como o exemplo citado anteriormente do livro e do artigo. Isso também permite refletir, nesta tese, os motivos pelo quais ocorrem variações denominativas nos documentos produzidos nas empresas.

Acerca do assunto, observa-se ainda a citação:

Há muitas variações denominativas, conforme se trate de texto altamente especializado ou de divulgação geral. Do mesmo modo, varia o grau da densidade informativa vinculada, conforme o texto tenha especialistas ou público leigo como destinatários. Neste caso de variação, é comum a tendência a formulações linguísticas que, ao modo de conectores como ou seja, isto é, visam a explicar aspectos conceituais mais complexos (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 117).

Esses apontamentos ajudam a avançar na compreensão da importância do texto para os estudos terminológicos, sendo que, cada vez mais, o texto especializado é o contexto primeiro de presença de terminologias e o vetor da articulação e do comportamento dos objetos da Terminologia.

A partir dessa perspectiva, Cabré (2005, p. 133-134) menciona a necessidade do domínio de três grandes competências para uma prática terminológica, as quais são destacadas mais adiante novamente ao se tratar das características do Gestor Terminológico para um bom trabalho com terminologia empresarial:

1. A competência cognitiva corresponde ao conhecimento do âmbito especializado que será objeto de trabalho [...];
2. A competência linguística se refere ao conhecimento da língua ou das línguas sobre as quais se investiga [...];
3. A competência sociofuncional se refere às características que deve ter um trabalho terminológico para ser eficiente para os fins que possui e adequado aos destinatários a que se dirige (Tradução nossa).

Com relação às competências (cognitiva, linguística e sociofuncional), destaca-se que a competência sociofuncional está relacionada com a habilidade que deve ser adquirida para dar conta de um processo de trabalho ordenado e sistemático, atentando para as possíveis variáveis de cada contexto comunicacional, em especial, nesta tese, para as inúmeras variáveis que envolvem o setor empresarial.

Nesse sentido, ainda, cabe destacar a competência de quem vai gerir a terminologia na empresa, denominado aqui de Gestor Terminológico. Não se trata de um linguística ou alguém só com formação em Terminologia, mas alguém com capacitação na área (KRIEGER, 2006), alguém que saiba manejar a terminologia, compreendendo seus modos de funcionamento na empresa.

Ao considerar-se a questão aplicada da Terminologia, passa-se à apresentação dos principais aspectos relacionados à Terminografia, uma vez que este trabalho define-se como uma tese da área da Terminologia, com uma interface com a Terminografia, no âmbito dos estudos terminológicos.

2.2 Terminografia

Do ponto de vista metodológico, este trabalho em Terminologia prevê a união da metodologia de pesquisa quantitativa e qualitativa para o desempenho de suas tarefas de análise e investigação. Todavia, pode-se destacar que a Terminologia “não prevê uma metodologia estática e sim uma metodologia que segue alguns princípios e se conforma de modo flexível, seguindo as necessidades de cada propósito aplicado, considerando as características da área a ser repertoriada, dos interlocutores etc.” (MÜLLER, 2009, p. 35).

A elaboração de uma metodologia de Gerenciamento da Terminologia Empresarial, por exemplo, é uma atividade aplicada que integra as reflexões e a dimensão pragmática da Terminologia e necessita adotar uma série de princípios teóricos e metodológicos. Rondeau (1984, p. 64) definiu a pesquisa em Terminologia como diretamente ligada “ao conjunto das operações de coleta, tratamento e divulgação dos dados terminológicos”. Trata-se de identificar a terminologia da área, redigir as definições dos termos e ainda organizar esses dados de acordo com o produto visado, ou seja, dicionário técnico-científico, glossário, léxico, entre outros.

Para Boulanger, a Terminografia é definida como:

Trabalho e técnica que consiste em recensear e em estudar termos de um domínio especializado do saber, em uma ou mais línguas determinadas, considerados em suas formas, significações e relações conceituais (onomasiológicas) assim como em suas relações com o meio socio-profissional (BOULANGER, 2001, p. 13).

Cabe o destaque de que a face aplicada da Terminologia, isto é, a Terminografia, por um longo período se restringiu à elaboração apenas de glossários e dicionários especializados. Hoje, contudo, numa retomada “mais prática” (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 123), inclui em suas tarefas a elaboração de banco de dados terminológicos, a descrição de linguagens especializadas, a gestão da informação e o processamento de textos científicos e técnicos.

No conjunto das particularidades da Terminografia, é preciso salientar que essa área não se restringe a uma visão pragmática de produção de instrumentos de referência especializada, mas é também um estudo sobre termos, como refere Boulanger. Isto porque o objetivo aplicado requer que sejam observados e dimensionados os fundamentos teóricos necessários à identificação das terminologias, ao reconhecimento da variedade de suas formas, tanto linguísticas, quanto semióticas, bem como os princípios de análise do funcionamento dos termos com vistas a seu registro em instrumentos de referência especializada (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 50).

A autora segue, ainda, e aborda características da Terminografia:

Assim compreendidos, os estudos terminográficos, privilegiadamente, oferecem subsídios para o estabelecimento de princípios metodológicos e diretrizes para o fazer aplicado. Soma-se a um conjunto de proposições que, visando à funcionalidade da obra produzida, referem-se à adequação das definições terminológicas, à pertinência de informações gramaticais, entre outros componentes que integram as obras de referência temática. Esses aportes teórico-metodológicos orientam, portanto, o tratamento a ser dado aos elementos constituintes do universo de informações que integram os instrumentos terminográficos, cujas estruturas variam conforme se trate de um glossário, um dicionário terminológico monolíngue, bi ou multilíngue ou ainda um banco de dados de terminologia (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 50).

A cerca da execução de projetos de obras terminográficas, a experiente pesquisadora brasileira na área (BARROS, 2004, p. 201-202) afirma que, após a elaboração do projeto, a delimitação dos objetivos e das características da obra, para a execução do projeto há diferentes procedimentos a serem seguidos. Contudo, há seis que são comuns a qualquer tipo de pesquisa. São eles:

a) estabelecimento do corpus; b) recolha das unidades terminológicas; c) recolha e registro dos dados em fichas (de papel ou eletrônicas); d) tratamento dos dados (redação das definições e de todo o enunciado terminográfico); e) produção de trabalho provisório para discussão com especialistas da área; e f) redação final. (BARROS, 2004, p. 202).

A partir dessas informações, em linhas gerais, as operações básicas da pesquisa terminológica para a criação de um produto terminográfico podem ser assim descritas:

- a) coleta terminológica: apropriação da área de atuação; criação do mapa conceitual da área de especialidade; busca e seleção dos termos, por intermédio da análise de textos técnicos ou científicos da área, de documentos utilizados pelos profissionais responsáveis pelos serviços, revistas especializadas, manuais e outras especificações técnicas;
- b) tratamento da terminologia: definição dos princípios de como lidar com ela e de como a tratar, atentando para os aspectos morfológicos, sintáticos, semânticos, pragmáticos e, principalmente, para a variação e a sinonímia.
- c) divulgação: relaciona-se às operações para colocar à disposição dos consulentes as informações acerca do tema pesquisado, na forma de obra de referência, por exemplo.

Estas etapas para a produção terminográfica são resumidas por Krieger e Finatto da seguinte forma:

[...] as relações entre o funcionamento da linguagem, as especificidades das comunicações especializadas e a gênese do estatuto terminológico de determinadas unidades lexicais, constitui a base dos fundamentos teóricos e metodológicos da Terminografia, que denominamos linguístico-textual (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 57).

Assim, considera-se, neste trabalho, que o conjunto dessas operações básicas integra a atividade de Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE), uma atividade terminográfica que será desenvolvida pelo Gestor Terminológico nas empresas.

Com relação ao reconhecimento terminológico, em especial a tarefa de repertoriar as terminologias e descrever suas características, a Terminografia conta hoje com o apoio informatizado e com ferramentas computacionais empregadas nos estudos da área da Linguística de Córpus⁹ e da Linguística Computacional. Desse modo,

⁹ “Linguística de Córpus são estudos linguísticos que tomam por base o reconhecimento de *corpora* textuais e que realizam análises com apoio de ferramentas informatizadas” (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 126. Grifo das autoras).

[...] proceder a análises e descrições linguisticamente adequadas das linguagens especializadas, em prazos viáveis, principalmente quando o objetivo é a geração de um glossário, naturalmente exige o auxílio de ferramentas informatizadas, usadas tanto para processamento de textos especializados quanto para a linguagem natural em geral (KRIEGER e FINATTO, 2004, p. 125)

Isso corrobora à afirmação de que o corpus, como uma coletânea de textos feita com fins e métodos específicos, é um elemento fundamental para a Terminografia. O uso de um corpus informatizado, passível de análise linguística, é de basilar importância para qualquer tarefa aplicada em Terminologia, em especial por permitir a extração semiautomática de unidades candidatas a termos e o estudo de seu funcionamento no local de ocorrência. Para isso, os princípios e requisitos da Linguística de Corpus são imprescindíveis.

Por intermédio das ferramentas computacionais, o processo de extração de candidatos a termos gera uma lista deles, a qual pode ser ordenada alfabeticamente ou pelo seu índice de frequência no corpus. Essa lista, depois de validada pelo especialista, constitui uma primeira nomenclatura terminológica da área, a qual, de acordo com Pavel (2002, p. 42), “possibilita que todos os termos sejam indicados aos ‘nós’ do diagrama conceitual, com vistas a agrupar as provas textuais por conceito” (grifos da autora), ou seja, com a geração dessa nomenclatura e a sua distribuição no mapa conceitual da área, fica facilitada a identificação da organização hierárquica da terminologia da área e suas implicações em outras subáreas do domínio de conhecimento em questão.

Todavia, a geração semiautomática da lista de termos é uma tarefa que exige muito conhecimento do pesquisador, já que ela apresenta as características abaixo descritas.

As listas que resultam da extração de termos geralmente incluem termos que pertencem a outras áreas ou que designam conceitos que estavam ausentes no diagrama conceitual original. Além das unidades terminológicas, o programa de extração automática de termos gera uma grande quantidade de “lixo”, isto é, expressões pseudoterminológicas ou elementos que ocorrem de forma casual no discurso, mas que não designam conceitos particulares. Uma breve análise dos contextos permite eliminar o lixo, separar os termos que pertencem a outras áreas temáticas e inserir conceitos ausentes para obter uma representação gráfica mais completa do sistema conceitual (PAVEL, 2002, p. 42-43)¹⁰.

¹⁰ A autora emprega o termo *diagrama conceitual* como denominação da organização conceitual da área trabalhada. Neste trabalho, todavia, emprega-se a denominação de mapa conceitual pela sua característica

Após essa tarefa de extração dos candidatos a termos, é fundamental a etapa de análise e extração de informações sobre eles, a fim de se obter seus contextos de ocorrência, suas características, conforme o texto em que ocorrem etc. Esses dados que vão sendo obtidos devem ser armazenadas em fichas terminológicas, cuja importância está na capacidade de armazenar e representar em um só espaço físico o conjunto de informações a respeito do termo, como: definição, remissivas, categoria morfológica, entre outras. Este é um passo indispensável para quem deseja identificar terminologia de uma área do conhecimento.

A ficha terminológica é uma ferramenta utilizada para sintetizar e sistematizar a informação. Os critérios principais para preparar uma ficha são: validade, concisão, atualidade e complementaridade dos dados. [...] A qualidade de uma ficha terminológica reside também na autenticidade e representatividade dos usos registrados pelo terminólogo (PAVEL, 2002, p. 47)

Considerando esses apontamentos, percebe-se que a tarefa terminográfica requer atividades como: a delimitação da área de atuação; a seleção, tratamento e análise dos textos; a seleção dos termos considerando os usuários e a finalidade da obra; o registro dos dados; e a divulgação dos resultados. Considera-se que a análise das obras terminográficas que tratam do tema constitui-se também como uma importante tarefa metodológica, a fim de que se possa conhecer a terminologia já repertoriada e definida, bem como verificar e validar a necessidade da obra futura.

Para o propósito desta tese, são de grande valia os aspectos da Terminografia que a referem como um “trabalho e técnica” (BOULANGER, 2001) de levantamento e estudo dos termos, tal como é feito nos capítulos que seguem, nos quais os termos do contexto empresarial são coletados, estudados e analisados para, a partir disso, ser criada a proposta do GTE, entre outros elementos.

Desse modo, cabe destacar o importante papel que tem a Terminografia, mesmo que com o estabelecimento de apenas algumas etapas principais para o trabalho terminográfico e a afirmação de que “a tarefa terminográfica não se resume a uma

de representar a estruturação temática da área e as relações existentes entre elas, podendo representar as características pragmáticas da área. A metodologia clássica prevê, de acordo com KRIEGER, MACIEL e FINATTO (2001, p. 321), o estabelecimento da árvore de domínio pode funcionar como um plano referencial para a identificação dos termos.

prática compilatória, como apressadamente um leigo pode julgar” (KRIEGER, MACIEL, FINATTO, 2001, p. 28). Tais pressupostos permitem a reflexão sobre as etapas para o Gerenciamento da Terminologia Empresarial.

3 TERMINOLOGIA, COMUNICAÇÃO E EMPRESA

3.1 A Terminologia: qualidade de gestão

A fim de dar conta dos objetivos desta tese que se dividem em teórico, reconhecer o estatuto e a funcionalidade dos termos da empresa, e aplicado, proposição das diretrizes metodológicas para o GTE em empresas, é necessário considerar aspectos do processo de comunicação no âmbito das relações de trabalho que envolvem o uso de terminologias. Assim, cabe, neste momento, apresentar algumas referências sobre os princípios da Comunicação, em especial da comunicação nas empresas e a gestão, e sua associação aos princípios da Terminologia. Esta relação que se estabelece entre Terminologia, Comunicação e Gestão é fator chave para o trabalho terminográfico em empresa, por ser o domínio da terminologia, e de seus respectivos conceitos, condição necessária para a boa comunicação no ambiente de trabalho.

Nesse sentido, o que se faz a seguir é refletir sobre alguns dos princípios da Comunicação, apenas no âmbito dos estudos linguísticos e de suas relações com a Terminologia, como subsídio para o entendimento da terminologia na empresa e o processo de comunicação envolvido. Desse modo, inicia-se com uma retomada das questões comunicacionais e a importância da gestão das informações na empresa, para seguir com uma breve descrição das empresas e da economia do país, findando com a apresentação do perfil do profissional, o Gestor Terminológico, que trabalhará com as questões terminológicas e comunicacionais nas empresas.

Os estudos da língua nascem sob o viés filológico e, portanto, histórico, cuja preocupação estava na origem da palavra, adentrando em estudos de Gramática Comparativa. Mais tarde, passam da história das línguas para estudos sobre as partes constituintes e os sistemas das línguas, marcando uma ruptura epistemológica estabelecida com Ferdinand de Saussure. Assim, passa-se da Filologia para a chamada Linguística Moderna, caracterizada por ser descritiva, imanente e conformar o eixo duro da Linguística¹¹, com estudos fonológicos, lexicais, gramaticais/sintáticos e semânticos.

¹¹ Em oposição ao eixo duro, há o eixo mole da Linguística, conhecido por comportar os estudos das Teorias do texto e do Discurso (favorecimento do extralinguístico social/ideológico).

Nesse sentido, afirma Mattoso Câmara:

A Linguística firmou-se, no século passado, na base do reconhecimento da mudança contínua da língua. Opôs-se de chofre e radicalmente à concepção estática da gramática dos séculos anteriores, que se deixara iludir por uma fixação aparente (CÂMARA, 1973, p. 36).

Essa visão da Linguística traz a afirmação de Saussure de que a língua é um sistema, é passível de descrição e é forma e não substância. Segundo Câmara (1973), a língua é eminentemente mutável no tempo e o seu movimento de mudança tem o caráter de uma evolução, isto é, um processo dinâmico, gradual e coerente.

Para Benveniste (2006, p. 99-100), “a língua é necessariamente o instrumento próprio para descrever, para conceitualizar, para interpretar tanto a natureza quanto a experiência, portanto este composto de natureza e de experiência que se chama a sociedade”.

Para completar o papel da língua na sociedade, Benveniste (2006, p. 98) afirma que “a sociedade torna-se significante na e pela língua”, o que significa expor que é pela língua que o homem manifesta suas ideias e seus inventos.

A língua é o instrumento de comunicação que é e deve ser comum a todos os membros da sociedade. Se a língua é um instrumento de comunicação ou o instrumento da comunicação, é porque ela está investida de propriedades semânticas e porque ela funciona como uma máquina de produzir sentido, em virtude de sua própria estrutura. E aqui estamos no âmago do problema. A língua permite a produção indefinida de mensagens em variedade ilimitadas. Esta propriedade única deve-se à estrutura da língua que é composta de signos, de unidades de sentido, numerosas, mas sempre em número finito, que entram em combinações regidas por um código e que permitem um número de enunciações que ultrapassa qualquer cálculo, e que o ultrapassa necessariamente cada vez mais, uma vez que o efetivo dos signos vai sempre aumentando e que as possibilidades de utilização dos signos e de combinação destes signos aumentam em consequência (BENVENISTE, 2006, p. 99).

Ao tomar a língua como instrumento da comunicação, os linguistas começaram a investigar mais sobre a Teoria da Comunicação e da Informação, conforme relata Diana Luz Pessoa de Barros (2010). Por ser a fundadora da sociedade, a comunicação é importante tanto no mundo de hoje como “no mundo de sempre”. Na passagem da Gramática Comparativa e dos estudos puramente filológicos à Linguística Moderna,

abre-se o lugar para o sujeito, pois se acredita que a língua existe pelo sujeito. Assim, inaugura-se o espaço para a comunicação, uma vez que antes se acreditava que havia pensamento sem palavra. Desse modo, uma das consequências da Linguística de Saussure foi a análise da comunicação no “quadro das preocupações linguísticas”:

No início do século XX, a afirmação de Saussure de que a língua é fundamentalmente um instrumento de comunicação constitui uma das rupturas principais da linguística saussureana, em relação às concepções anteriores dos comparatistas e das gramáticas gerais do século XX. Para esses estudiosos, a língua era uma representação, ou seja, representava uma estrutura de pensamento, que existiria independentemente da formalização linguística, e a comunicação e a “lei do menor esforço”, que a caracterizam, seriam as causas da “desorganização” gramatical das línguas, do seu declínio e transformação em “ruínas linguísticas”. O português e o italiano, por exemplo, seriam “restos” em decadência do latim (BARROS, 2010, p. 25-26).

Com esse marco fundamental para a evolução da Linguística, as pesquisas seguem e ocorre a aceitação do sujeito na língua, conforme princípios estabelecidos por Benveniste (2006).

A Comunicação integra a Teoria da Informação, a qual tem por objetivo a medida da informação, a economia da mensagem e a solução de problemas concernentes à telecomunicação, e sua adoção nos estudos linguísticos teve uma enorme projeção, segundo Barros (2010, p. 26).

Como uma das propostas mais conhecidas pelos linguistas, elaborada por C.F. Shannon, esta teoria vê a comunicação como a transferência de mensagens, como a transmissão, de um emissor a um receptor, das mensagens organizadas, segundo um código, e transformadas em sequências de sinais. Sua preocupação é melhorar a transmissão. Contudo, na comunicação humana, há outros fins e esta teoria não dá conta disso, pois a comunicação para ela é linear e não considera questões extralinguísticas ou do contexto social, histórico e cultural, além de simplificar demais a comunicação.

Desse modo, no final da década de 60, do século XX, Bertil Malmberg (1969) e Roman Jakobson (1969) fazem proposições que complementam e ampliam o modelo de

comunicação da Teoria da Informação para a comunicação verbal¹². Hoje, segue sendo amplamente usado, pela Linguística, o modelo de Jakobson¹³.

Mais tarde, em 1972, o esquema do russo Jakobson é fortemente estudado por Ignácio Assis Silva. Nessa linha, resumidamente, as grandes contribuições de Malmberg, Jakobson e Assis Silva foram: a relação com o contexto, com a experiência comunicada ou a ser comunicada e a representação dos códigos ou dos subcódigos. Nesse contexto,

O código se define, nesse quadro teórico, como o estoque estruturado de elementos discretos que se apresentam como um conjunto de alternativas de seleção para a produção da mensagem. O termo código é utilizado em lugar de língua, tanto por causa da definição mais restrita acima apresentada, quanto por sua maior extensão de aplicação a sistemas linguísticos e não linguísticos, como o código de trânsito, por exemplo (BARROS, 2010, p. 31).

Acredita-se que, na comunicação, há a necessidade do domínio parcial ou total de um código, ou língua, comum tanto ao remetente quanto ao destinatário. Para a comunicação humana, contudo, de acordo com Umberto Eco (1974), é necessário mais do que o domínio do código pelos interlocutores, é necessário também o domínio de subcódigos. “Os subcódigos, dessa forma, introduzem no esquema da comunicação a questão da variação linguística, examinada, de diferentes perspectivas, pela Sociolinguística, pela Dialectologia ou pela Geografia Linguística” (BARROS, 2010, p. 31) e para a Terminologia, mas especificamente, pela TCT e pela Socioterminologia, contribuições fundamentais para o desenvolvimento desta tese.

Com isso, pode-se afirmar que códigos verbais diferentes impedem a comunicação e que quanto maior for a intersecção entre os subcódigos do remetente e do destinatário melhor sucedida será a comunicação. Assim, cabe destacar, neste estudo, as seguintes contribuições de Jakobson para o estudo da comunicação num viés linguístico:

¹² Não necessariamente esta é a única linha de evolução da comunicação. Aqui, optou-se por esta descrição.

¹³ As propostas de Jakobson ampliam o modelo da Teoria da Informação, em especial dos códigos e subcódigos e a variação linguística. Contudo, é com a *variedade de funções da linguagem* que sua contribuição fica reconhecida.

[...] a introdução das questões de variação linguística no modelo de comunicação, por meio dos códigos e subcódigos e de suas intersecções na relação entre remetente e destinatário; o reconhecimento de que os homens se comunicam com diferentes fins, tendo em vista a variedade de funções da linguagem que ocorrem no processo de comunicação (BARROS, 2010, p. 41).

Em resumo, os modelos de comunicação dos teóricos apresentados acima tratam da comunicação de modo linear, sem considerar a possibilidade da reciprocidade ou da circularidade que é uma característica da comunicação humana. Desse modo, surge, a partir da década de 50, nos EUA, modelos circulares para a comunicação, tendo como base a noção de feedback ou retroação e realimentação.

Com isso, a comunicação não deve ser vista como um sistema de mão única entre emissor e receptor, mas, sim, como um sistema interacional, circular, importando tanto os efeitos da comunicação sobre o receptor quanto os efeitos que a reação do receptor produz sobre o emissor (BARROS, 2010). Logo, o papel da interação é de fundamental importância nessa perspectiva circular da comunicação.

Benveniste (2006) já apontava para a questão da reversibilidade ou da reciprocidade da comunicação e, segundo Barros (2010, p. 42), “O diálogo, ou seja, a reversibilidade ou reciprocidade da comunicação, é condição da linguagem do homem”. Isso faz com que surjam muitos estudos da interação entre sujeitos postos em comunicação e, nessa perspectiva, “os participantes de uma comunicação vão-se modificando, vão-se transformando, vão-se construindo na comunicação” (p. 43). Os sujeitos constroem-se ao comunicar-se, sendo a compreensão o princípio da comunicação, havendo a necessidade da criação das condições de comunicação.

Com exceção do modelo circular de comunicação que assume o papel da interação do sujeito na comunicação, os demais modelos tratados apresentam o caráter mecanicista da comunicação entre máquinas, caracterizando-se por não levarem em conta a inserção social, histórica e ideológica dos sujeitos. Assim, para a eficaz comunicação, além dos aspectos da interação, é necessário considerar “o da competência modal dos sujeitos que se comunicam, o das formações ideológicas, ou da competência semântica, responsáveis pelo discurso comunicado” (BARROS, 2010, p. 47).

Ainda segundo a autora, Marcel Mauss e Lévi-Strauss “interpretam as atividades de comunicação como transferência de objetos de valor e como comunicação entre sujeitos” (BARROS, 2010, p. 48).

Em complemento, afirma:

Nesse quadro mais amplo, a comunicação entre sujeitos ocorre mediante objetos de valor (os discursos ou textos-mensagens) que circulam entre eles e que o constituem como sujeitos. É preciso, assim, rever as noções e as denominações de “emissor” e de “receptor” da comunicação, pois, nessa perspectiva, os sujeitos da comunicação não podem mais ser pensados como casas ou caixas vazias de emissão e de recepção de mensagens. Os sujeitos da comunicação devem ser considerados, em primeiro lugar, como sujeitos competentes, ou seja, o destinador e o destinatário (termos menos restritivos e, portanto, mais adequados do que emissor e receptor) têm de certas qualidades que permitam que eles se comuniquem (BARROS, 2010, p. 48).

Nesse quadro das ações do homem, enquanto sujeitos da comunicação, destacam-se as atribuições de destinador e destinatário, marcando a presença do sujeito, em oposição a emissor e receptor.

A autora também aponta para as qualidades que o sujeito apresenta, as quais são as modais – querer ou dever, saber e o poder fazer (comunicar-se) – e as semânticas – valores, projetos que determinam a comunicação. Nesse sentido, para aprender o saber é necessário que o destinatário queira fazê-lo. Assim, o destinador não pode se limitar a fazer-saber, mas também a fazer-criar e a fazer-fazer, o que define a comunicação. Em contrapartida, o destinatário exerce um fazer interpretar como forma de sua comunicação para concordar ou não com a informação recebida.

O destinador exerce o fazer emissivo e o fazer persuasivo (fazer crer e saber). Nesse contexto, os sujeitos não podem ser considerados como caixas vazias, mas como cheias (competência semântica).

Os conhecimentos, crenças, sentimentos e valores dos sujeitos são resultantes de outras tantas relações de comunicação-manipulação-interação anteriores e vão-se modificando e construindo, portanto, outros sujeitos a cada nova relação de comunicação. São sujeitos dotados de outras competências, velhas e novas, modais e semânticas (BARROS, 2010, p. 49-50).

No plano teórico, a comunicação é um processo que envolve vários aspectos, em especial, o destinador e o destinatário e a mensagem a ser comunicada. Ao tratar da Comunicação, a Linguística pode dar grandes contribuições, em especial, com o auxílio da Terminologia, isto porque o domínio dos termos e de seus respectivos conceitos é condição necessária para a boa comunicação. Como afirma Benveniste (2006), não há comunicação especializada sem termo, logo, não há como examinar a comunicação numa situação de trabalho, plano aplicado, sem olhar para os seus termos. Nesse sentido, é importante compreender o papel e as funções particulares da comunicação em situações de trabalho, tendo presente a força que têm as palavras e as implicações positivas ou negativas do seu emprego, bem como o papel da gestão dessas informações.

Com relação a esta tese, nessa linha de raciocínio, cabe uma reflexão sobre o processamento que tem a comunicação no setor empresarial e sobre o papel que tem a terminologia nela presente. Além disso, pensar sobre a importância que tem a organização e o gerenciamento da informação e dos termos da empresa faz-se necessário. Nessa perspectiva, a problemática da comunicação é percebida para o trabalho em empresa, mas a perspectiva de estudo é a da Terminologia e com isso as questões de variações, sinonímia, ambiguidade etc. são observadas.

Nesse viés, cabe olhar para as questões da comunicação em empresas com um estudo mais aprofundado na perspectiva da Terminologia, uma vez que a comunicação é um processo tenso e complexo. Todavia, não é pretensão da Terminologia, nem desta tese, resolver os problemas comunicacionais que a empresa enfrenta, mas, sim, contribuir com um tipo de conhecimento e uma proposição que devem favorecer uma comunicação mais harmonizada, com menos ruídos e trabalhos futuros na área. Nesse sentido, os aspectos a serem observados, na perspectiva dos estudos terminológicos no segmento empresarial, são, em especial, a variação, a sinonímia e a ambiguidade.

As questões que envolvem a qualidade da comunicação nos diversos setores de empreendimentos são complexas, pois comunicar-se não é uma tarefa fácil, em especial se o contexto de comunicação envolver diferentes perfis de profissionais e com eles diferentes atividades de atuação. Num contexto empresarial, a comunicação pode ser dividida em interna e externa, segundo Tomasi e Medeiros (2009). A comunicação interna caracteriza-se por ser aquela exercida no interior da empresa entre os diferentes setores de gestão e os diferentes funcionários. Já a externa é conceituada como aquela

praticada entre alguns setores da empresa e seus funcionários com o público externo - aquelas pessoas ou instituições que exercem algum tipo de relação de compra, venda ou troca com a organização. Por assim ser, os profissionais da comunicação empresarial entendem que ela, a comunicação, tem uma função especial a cumprir dentro das organizações.

A abordagem da comunicação empresarial pode seguir duas linhas distintas, conforme explicitam Tomasi e Medeiros (2009), em sua obra sobre o assunto. Uma delas pode ser da teoria da Comunicação e Marketing e outra da Língua Portuguesa com a Linguística e os Estudos da Linguagem. Desse modo, para os autores, o uso em conjunto das duas vertentes teóricas permite uma eficácia maior para os estudos da comunicação:

Como os manuais da área recomendam aos profissionais que a comunicação deve ser clara e direta, mas silenciam sobre como obter esse tipo de desempenho, este livro ocupa-se do uso da linguagem e entende que a comunicação que se faz com apoio no conhecimento linguístico alcança objetivamente a eficácia (TOMASI e MEDEIROS, 2009, contracapa).

Nessa perspectiva de estudo, destaca-se o importante papel que tem a Terminologia, enquanto área integrante dos estudos linguísticos, para a Comunicação, em especial, a Comunicação Empresarial, pois não há comunicação especializada sem termo técnico (BENVENISTE, 2006). Assim, cabe examinar a comunicação no setor empresarial olhando para a terminologia da área como fator de qualidade da comunicação interna e externa da empresa e como sinônimo de rendimento financeiro.

Não há executivo de grande empresa que desconsidere a importância da comunicação. Talvez, porém, nada receba tão pouca atenção e reconhecimento como os profissionais que a ela se dedicam. As empresas ocupam-se de seu patrimônio, gastam fortunas contabilizando seus haveres, compram frotas de automóveis, imóveis, armazéns, investem milhares de reais em computadores, convenções, reuniões, viagens, mas pouco interesse têm com a comunicação externa e interna que circula em seu ambiente. Qualquer soma, por mais ínfima que seja, é considerada desperdício se estiver relacionada à área de comunicação (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 7).

A partir da década de 80, os estudos de Comunicação passaram a olhar para ela, enquanto objeto, numa perspectiva estratégica, resultando numa comunicação organizacional. Assim,

A comunicação, por estar comprometida com o discurso e o comportamento humano, situa-se num espaço entre ciência e arte, por onde passam a Psicologia, a Sociologia, a Antropologia, a Filosofia, a Ética, a Linguística, a Semiótica. E um dos resultados dessa nova perspectiva é a reflexão crítica sobre o discurso organizacional e a análise de seu funcionamento e de seus resultados e efeitos no âmbito interno e externo das organizações. As próprias organizações passaram a ser compreendidas como discurso (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 34).

Dessa forma, comunicar não é apenas transmitir informações: é imprimir significados, os quais dizem respeito ao âmago da empresa. De tal modo, em uma empresa, “as informações não devem circular desarticuladas e de modo caótico, mas sujeitas a uma hierarquia de cargos e funções. Elas, recebidas ou produzidas, devem caminhar por todo um sistema de redes e fluxos internos e externos” (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 34). Desse modo, não só o gerenciamento das informações é necessário, mas também, ou principalmente, o dos termos, uma vez que eles representam os nódulos conceituais e operacionais do âmbito de conhecimento e atuação da empresa.

Os mesmos autores referem algo semelhante a esse importante papel da qualidade das informações:

Nesse complexo sistema de redes e fluxos, quantidade de informações não significa qualidade. Sem as condições básicas de entendimento, persuasão, resposta, a comunicação pode ser seriamente afetada, isto é, se houver desequilíbrio entre os mecanismos de produção e recepção, a comunicação poderá enfrentar problemas, como: sobrecarga de informações, ausência de entendimento da mensagem, falta de convicção, ausência de respostas ou repostas negativas e comprometimento da imagem e da identidade da empresa (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 34).

Essa comunicação empresarial, aqui referida, pode ser entendida, segundo Pimenta (2009, p. 55), “como o somatório de todas as atividades de comunicação da empresa. É uma atividade multidisciplinar”, a qual compreende aspectos de relações públicas, jornalismo, assessoria de imprensa, propaganda, pesquisa e, além disso, segundo a Terminologia, atividades de Gestores Terminológicos, por ter como objeto de trabalho as informações e a terminologia da empresa.

Assim, a comunicação empresarial não depende de ações individualizadas. “Deve estar conectada a sistemas implantados”, ou seja, deve valer-se de sistemas de gestão das informações para que estas estejam acessíveis a todos, nos seus diferentes setores, para as mais diversas necessidades. Nesse contexto, “precisa estar conectada com os altos escalões da empresa. Por isso, é estratégica. Tem relação com a missão e os objetivos da empresa”, contribuindo com a sua estratégia global (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 56). Afirma-se, ainda, que se o sistema de gestão estiver ligado apenas aos escalões mais baixos da empresa, cumprirá apenas com a função operacional, de execução de tarefas, e não com a função de gerenciar todas as informações que circulam pela organização, permitindo a sua rápida e fácil consulta, além da sua constante atualização e seu aprimoramento, pois uma empresa cria novas necessidades a todo o momento, importa novas tecnologias e desenvolve novos produtos. Com isso, importa, cria e utiliza uma nova terminologia, a qual, ao lado das informações novas, precisa ser disponibilizada no sistema de gestão da informação da organização. Nesse sentido, pode destacar-se que esta é uma atividade que integra o Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE), proposta desta tese.

Outro resultado importante da comunicação empresarial de qualidade é a capacidade da empresa em manter a sua comunicação eficaz, aquela em que os parceiros comunicacionais conseguem se entender e dominar a terminologia sem a interferência de qualquer ruído, em todas as suas gestões de trabalho, o que corresponde à “condição fundamental para a construção de uma imagem institucional consistente” (TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 57). Destaca-se que, nesse contexto, tudo é comunicação:

[...] a comunicação empresarial moderna e excelente tem entre seus principais atributos: o monitoramento dos ambientes nos quais a empresa se insere, para detectar as ameaças e as oportunidades simbólicas; a seleção de informações e as oportunidades simbólicas; a seleção de informações importantes para a tomada de decisão da gestão; o mapeamento dos públicos estratégicos; a velocidade nas emissões e respostas; a formatação impecável e adequada de mensagens; a seleção de mídias adequadas que cheguem aos públicos estratégicos; a habilitação, em comunicação, de todas as pessoas da organização; as pesquisas; o planejamento e a operação de orçamentos (NASSAR In TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 57).

Para essa qualidade institucional é preciso ter clara a noção de comunicação interna como uma

[...] ferramenta que vai permitir que a administração torne comum as mensagens destinadas a motivar, estimular, considerar, diferenciar, promover premiar e agrupar os integrantes de uma organização. A gestão e seu conjunto de valores, missão e visão de futuro proporcionam as condições para que a comunicação empresarial atue com eficácia (NASSAR In TOMASI e MEDEIROS, 2009, p. 59).

Atuando de modo a considerar como fundamental uma eficaz comunicação interna, sendo esta sinônimo de organização e rentabilidade para a empresa, é possível destacar algumas outras vantagens para ela. Olhando para a comunicação como customização na comunidade discursiva¹⁴ integrante da empresa, os resultados, almejados nesta pesquisa com isso, são: mesmos objetivos e interesses; comunicação constante entre os membros; mecanismos próprios para possibilitar a interação entre eles; capacidade de desenvolver gêneros (tópicos de interesse e formas de comunicação); capacidade de desenvolver e usar léxico próprio (terminologia); domínio de convenções discursivas – o modo de dizer (membros experientes e novos).

Isso significa afirmar que, na medida em que se considera o funcionário como parte fundamental do desenvolvimento da empresa, este passa a ser trabalhado para integrar corporativamente a comunidade discursiva da organização, dominando, assim, todo o processo de produção do seu interior e as suas relações externas, bem como toda a terminologia integrante desta comunidade de discurso.

A terminologia representa grande parte da linguagem específica da empresa, expressando seus conceitos, sua missão e sua visão. Contudo, nem todos falam a mesma linguagem em razão de atuarem em diferentes setores, ou por terem formações diferentes, e até por não se sentirem integrantes e valorizados naquele contexto de trabalho. É fundamental que todos os funcionários e os agentes/atores econômicos conheçam a terminologia da empresa para que a comunicação seja mais eficaz (sem ruídos) e mais interacional. É fundamental, por exemplo, que o Setor Jurídico, o Setor de Compras, o Setor de Operação/Produção, com seus respectivos profissionais, usem, ou ao menos conheçam, a denominação correta dos produtos ou serviços para que ambos compreendam e desempenhem suas funções corretamente, como será evidenciado mais adiante. Daí a importância de gerenciar a terminologia, usando

¹⁴ Termo empregado por Swales (2004), (*Reserch genres: explorations and applications*). Significa o conjunto de pessoas que integram aquele contexto comunicativo e compartilham dos seus princípios.

glossários e bancos de dados disponíveis para todos os setores com a compatibilização terminológica (a harmonização) dos termos, relacionando suas variantes usadas no ambiente de trabalho, de acordo com a vertente terminográfica e terminológica adotada.

Isto porque

O uso de uma linguagem clara e objetiva é um dos fatores que levam os projetos de gestão do conhecimento a obterem êxito. A clareza de propósito e de terminologia é fator fundamental de qualquer tipo de projeto de mudança organizacional, e é um elemento particularmente importante da boa gestão do conhecimento (DAVENPORT e PRUSAK, 1998, p. 189).

Por tudo isso, cabe enfatizar a funcionalidade cada vez maior da organização e divulgação de termos técnicos em uma empresa. Desse modo, entre as estratégias administrativas, que integram princípios de gestão responsável, está a sistematização terminológica em plataforma ou banco de dados efetuada por meio de glossários, pequenos dicionários e base de dados, sendo tarefa crescente na tendência nacional e internacional, em especial nas empresas que possuem em seus sites um enorme acervo de informações disponíveis para o público externo – o consumidor – e o interno – os funcionários.

Cabe destacar, ainda, que o domínio comum da terminologia de empresa favorece a comunicação, tornando-a menos sujeita a ambiguidades e mais eficiente, pois permite “uma melhor compreensão sobre os conceitos, objetos e processos envolvidos nas distintas áreas de especialidade. Por isso, criar as condições de uma eficiente comunicação tornou-se um fator de qualidade e de funcionalidade da gestão” (KRIEGER, 2009, p. 4).

Os estudos de fundamento linguístico-comunicacional, vale dizer, os que representam a face linguística da Terminologia, constituem o caminho mais produtivo para dar conta dos fenômenos terminológicos. Estes, em linhas gerais, estão expressos pelo comportamento das terminologias que, diferentemente do que se pensava, comportam variação, sinonímia, processos de redução entre outros aspectos que atingem qualquer unidade lexical em discurso (KRIEGER, 2006, p. 163-164).

Assim, a Terminologia é um tópico fundamental na comunicação empresarial e, em especial, para a gestão da informação, ou do conhecimento como chamam alguns

teóricos. Nesse sentido, não se trata de olhar para a Terminologia como forma de prescrição da informação no momento do gerenciamento, isto é, não se pensa nas unidades terminológicas da empresa e um tratamento prescritivo independente dos padrões da empresa, que desconsidere os diferentes modos de dizer no seu âmbito, numa tarefa de gestão da comunicação ou numa tarefa aplicada do Gestor Terminológico de Gerenciamento de Terminologia Empresarial. De acordo com Torres e Gómez (2006), o papel é o de harmonizar os conceitos específicos na e entre as empresas de tal maneira que ao compartilhar seus conhecimentos não se originem problemas do tipo conceitual, facilitando, assim, o processo da gestão e o desenvolvimento e avanço das empresas.

Destaca-se que:

A Terminologia como ferramenta possibilita os processos de comunicação, geração, aplicação e, por conseguinte, de gestão do conhecimento entre os atores que atuam em uma organização e as terminologias que se podem manejar nos diversos grupos que interagem na mesma, tais como profissionais especialistas monolíngues, empregados bilíngues, trabalhadores de diversos setores (TORRES e GÓMEZ, 2006, p. 615).

Assim, além de destacar parte dos perfis de profissionais que podem atuar com o trabalho terminológico, os autores destacam:

[...] o papel que a terminologia representa é fundamental, já que se manifesta como veículo de comunicação que propicia uma melhora dos processos de criação de novas denominações e conceitos, com base nos processos de inovação que se realizam na organização, assim como a sistematização de todos os conceitos que geram termos e que se empregam durante todas as rotinas empresariais (TORRES e GÓMEZ, 2006, p. 616).

Em síntese, olhar para a Comunicação numa perspectiva linguística e terminológica auxilia o trabalho prático consiste numa visão positiva que impulsiona um trabalho com princípios, qualidades e estratégias que melhoram a comunicação, em especial no que se refere aos nódulos conceituais e referenciais da área de atuação da empresa. Contudo, destaca-se que a organização terminológica não resolve tudo, mas favorece a comunicação por diminuir os ruídos que podem ser ocasionados pela própria variação conceitual ou denominativa dos termos, por exemplo.

Cabe lembrar ainda que, para auxiliar o trabalho no setor de comunicação de uma empresa com vistas ao seu gerenciamento, é possível contar com a Tecnologia da Informação. O termo Tecnologia da Informação (TI) designa o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para a geração e o uso de informações. Fundamenta-se nos componentes hardware, software e gestão de dados e informações. Tem como benefício a capacidade de melhorar a qualidade e a disponibilidade de informações e conhecimento importantes para a empresa, seus clientes e fornecedores. Segundo Dalfovo (2000), a Tecnologia da Informação facilita o executivo no processo decisório por meio da obtenção de dados estrategicamente escolhidos e de conteúdos relevantes para qualquer nível e tamanho de empresa.

Contudo, ressalta-se a relação importante entre Tecnologia da Informação e Gestão da Informação/Conhecimento. Segundo Teixeira (2000), o papel da TI para a gestão está relacionado ao apoio à construção de formas de comunicação, à conversação, ao aprendizado, à formação de comunidades de trabalho, à estruturação das experiências individuais e das equipes, à facilitação do acesso a ideias e soluções.

De um modo geral, a TI, ao lado da Gestão da Informação, está a serviço da comunicação na empresa e da eficácia das relações de trabalho entre as gestões ou os setores. Assim, veem-se as duas como fortes aliadas para o trabalho de gerenciamento da informação e da terminologia, no propósito primeiro de criar um método de Gerenciamento da Terminologia Empresarial. Por fim, salienta-se que a TI será um forte instrumento na operacionalização da terminologia ou das ferramentas terminográficas.

Isso tudo se justifica, pois

De fato, a funcionalidade expressiva e conceitual operada pelos termos técnico-científicos explica também, em muito, o motivo pelo qual o mundo globalizado, cuja mola mestra é o intercâmbio comercial e a consequente ampliação das relações internacionais, tem conferido relevância às terminologias. Tanto assim é que, nos últimos tempos, tem surgido uma série de iniciativas para organizar e divulgar as terminologias de uma língua, bem como criar condições de registro de equivalentes dos termos também em outros idiomas. De fato, as terminologias sistematizadas e multilíngues constituem um instrumento de recuperação da informação de grande valia ao trabalho de tradutores, intérpretes e toda sorte de profissionais que lidam com a linguagem (KRIEGER, 2006, p. 156).

À luz dessas informações, cabe enfatizar novamente que, com o crescente mercado econômico, a sistematização das informações de uma empresa, incluindo a captação do seu repertório lexical especializado, favorece a sua organização, bem como as suas relações com o mundo externo. Nesse contexto, a terminologia sistematizada é um estratégico plano de gestão, tornando-se na área um “componente facilitador da comunicação no plano de trocas de produtos, serviços e conhecimentos de cada país” (KRIEGER, 2006, p. 159).

A título de ilustração, a atividade de gerenciamento de terminologia nas empresas é conhecida em países americanos e europeus, os quais há muito atentam para o papel que tem a linguagem especializada nas relações comerciais, criando, diante disso, sistemas de gestão com preocupações terminológicas. A exemplo de empresas que se valem de tais soluções, citam-se a empresa americana Lionbridge e a francesa WHP que trabalham com o gerenciamento da terminologia em empresas.

Para a empresa americana Lionbridge,

A terminologia é literalmente um dos elementos essenciais de uma organização. Sem uma linguagem básica comum às diferentes áreas funcionais, seria impossível trabalhar de forma produtiva. Além disso, embora toda organização possua pelo menos essa terminologia interna básica, aqueles que buscam e alcançam um maior nível de consistência em sua "linguagem" obtêm maior eficiência com menos redundância, além de gerar uma economia de custo significativa e novas oportunidades de receita. Quando gerenciam proativamente sua terminologia, as empresas geram retornos positivos na reutilização dos ativos intelectuais e na consistência da marca.¹⁵

Nessa mesma linha de raciocínio, a WHP aborda que a criação de um sistema de gerenciamento de terminologia e base de termos é cada vez mais uma parte predominante de qualquer estratégia global de produto, afirmando que:

Os termos usados em mensagens importantes para reforçar a marca são inerentes à estratégia corporativa e podem ser considerados como um ativo corporativo. Por isso é essencial para uma empresa global esclarecer termos possivelmente confusos e garantir sua consistência em todos os países e

¹⁵ <http://www.lionbridge.com/lionbridge/pt-br/kc/globalization/enterprise-terminology-management.htm>
Acesso em: 06 jul. 2009.

mídia de comunicação. A terminologia envolve todas as funções na empresa, pois ela representa um bem usado por todos.¹⁶

Assim, assevera a empresa, um sistema de gerenciamento terminológico é fundamental para: “criar e gerenciar terminologia específica da área em questão, bem como fornecer essas informações por meio de um banco de dados de terminologia, dicionário etc., a fim de torná-las mais acessíveis, em um ambiente de trabalho complexo e que envolva vários mercados”; e de “servir como uma referência para todos os que precisam de acesso à terminologia: redatores técnicos, tradutores, equipe de suporte, gerenciamento, departamento jurídico etc.” (WHP).

A fim de exemplificar, empresas como AVG, Coca-Cola Enterprises, IBM, DELL, Sanofi Aventis, HP, SIEMENS (clientes da WHP), Volvo, Motorola, Nokia, Microsoft, Oracle, Porsche (clientes da Lionbridge) são modelos de multinacionais que apresentam o uso das ferramentas de gestão terminológica oferecidas pela WHP e Lionbridge.

Todavia, cabe destacar que há muitas empresas no Brasil que produzem algumas ferramentas terminográficas em sua sede, como: a criação de alguns manuais, glossários, banco de dados, entre outros. Com relação aos manuais, tem-se, por exemplo, a sua criação para instalação, montagem, funcionamento ou benefícios de determinado equipamento/produto produzido pela empresa. Refere-se, como exemplo, a empresa multinacional Stihl que na sua própria página web apresenta os manuais dos seus produtos, diferenciando o manual para o uso do produto de modo doméstico¹⁷ ou de modo profissional¹⁸. Sobre a criação de glossários nas empresas, apresenta-se, por exemplo, o glossário interno setorial da empresa Stihl. Ou ainda a empresa Meber¹⁹ que possui um Catálogo dos Metais (com o intuito de venda apenas) e um Catálogo dos Produtos com todas as especificações que o usuário mais especializado necessita.

No Brasil, a realidade mais conhecida e utilizada refere-se aos sistemas de gestão para as empresas, oferecidos como soluções em Tecnologia da Informação (TI) e

¹⁶ <http://www.whp.net/pt/servicos/consultoria/gerenciamento-de-terminologia> Acesso em: 06 jul. 2009.

¹⁷ [http://www.stihl.pt/p/images/teaser_sidebar_200x140/07-09-fs-trabalhar-rocadeiras-hobby\(1\).pdf](http://www.stihl.pt/p/images/teaser_sidebar_200x140/07-09-fs-trabalhar-rocadeiras-hobby(1).pdf). Acesso em: 16 jan. 2012.

¹⁸ [http://www.stihl.pt/p/images/teaser_sidebar_200x140/07-09-fs-trabalhar-rocadeiras-prof\(1\).pdf](http://www.stihl.pt/p/images/teaser_sidebar_200x140/07-09-fs-trabalhar-rocadeiras-prof(1).pdf). Acesso em: 16 jan. 2012.

¹⁹ <http://www.meber.com.br/downloads/>. Acesso em: 22 jan. 13.

gerenciamento completo da empresa (das atividades desempenhadas por cada setor, como compra, venda, estoque, demanda de trabalho etc.). Na região Sul do Brasil, local de produção desta tese, um dos softwares mais comercializados é o SAP (Systems Applications and Products in Data Processing), sistema da empresa alemã SAP, cuja unidade de produção está situada na Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, em São Leopoldo – RS.

Hans-Peter Klaey, presidente global para pequenas e médias empresas da SAP, afirma que a crise financeira mostrou que o gerenciamento completo de uma empresa facilita a tomada de decisões nos momentos de instabilidade econômica (Jornal Zero Hora – Caderno Tecnologia. 17.11.09). Além disso, um software de gestão empresarial, como o portfólio SAP BusinessObjects, por exemplo, fornece uma visão unificada da empresa por meio de uma única plataforma que conecta todas as pessoas a todas as informações. As diferentes ferramentas que os softwares da SAP apresentam permitem: capacitar e conectar pessoas para uma melhor produtividade e colaboração; administrar e fornecer informações que gerem insights aos negócios; integrar e adaptar processos para garantir a flexibilidade de suas necessidades de negócios; consolidar e administrar o setor de TI, modernizando-o para aumentar a eficiência; administrar e otimizar as operações de TI para reduzir o risco e os custos, garantindo a inovação contínua.²⁰

Diante dessa realidade apresentada, observa-se que é fundamental que uma empresa tenha o apoio da TI para a gestão das informações. Contudo, não bastam apenas os softwares, é necessário que os operadores do software e os funcionários da empresa, em seus diferentes setores, tenham um conhecimento terminológico da área ou setor em que atuam, bem como do todo da organização. Sem essa condição o aparelhamento informatizado não terá êxito, pois a terminologia da área está em todas as atividades desempenhadas na empresa e mesmo o melhor sistema de gerenciamento, apresentará problemas, já que ele depende diretamente do homem para ser alimentado com as informações da organização.

É diante dessa realidade apresentada que esta pesquisa visa a contribuir com princípios de Gerenciamento de Terminologia Empresarial, contando com o reconhecimento do estatuto das unidades lexicais das empresas para um trabalho de maior êxito do Gestor Terminológico junto às empresas. Nesse sentido, para apresentar

²⁰ <http://www.sap.com/brazil/solutions/executiveview/it/index.epx> Acesso em: 06 dez. 2010.

mais concretude a este estudo, são trazidos alguns relatos de profissionais da área empresarial.

Com base na discussão sobre o papel da terminologia no dia a dia de trabalho, em especial na Comunicação Empresarial, em uma aula de especialização na URCAMP, os profissionais de empresas dissertaram sobre os problemas enfrentados e as vantagens da gestão da terminologia²¹. Desse modo, as informações de cinco participantes (P) são apresentadas em tópicos (P1 até P5), a fim de melhor ilustrar o papel do gerenciamento terminológico, do GTE:

P1 - A ampla divulgação das terminologias permite que se entendam os termos e que haja comunicação de forma eficaz no ambiente de trabalho.

P2 - A importância da utilização da terminologia/linguagem adequada permite comunicar-se com o público específico, em especial na hora da venda.

P3 - A deficiência da comunicação interna, a existência de muitos funcionários, as informações perdidas ou não passadas trazem desordem aos setores da empresa, em especial ao financeiro que envolve pagamentos. Assim, a organização na comunicação evitaria dor de cabeça e perda de tempo.

P4 - A comunicação permite resultados mais ou menos positivos. As informações passadas pelo chefe devem ser claras e objetivas e não restritas como acontece, o que faz com que os colaboradores não atinjam o esclarecimento necessário. ‘Isto faz com que a empresa perca tempo com o retrabalho, e faz com que o nível de satisfação do clima organizacional seja baixo devido a essa falta de comunicação’. A terminologia faz a ligação entre a empresa e o cliente.

P5 - ‘A comunicação envolve uma série de fatores fundamentais na estrutura de uma empresa. Ela deve ser clara e objetiva, de modo a ser uma agilidade no processo de criação, havendo uma equivalência de termos, conceitos e com o menor ruído possível. A linguagem exige uma padronização como fator de qualidade e de competitividade, que são os termos técnicos essenciais, pois não há uma linguagem profissional sem

²¹ Todos relatos foram colhidas de forma escrita em textos elaborados na aula de Pós-Graduação *lato sensu* da Universidade da Região da Campanha (URCAMP), em Alegrete, em maio de 2010. A disciplina *A comunicação nas empresas e o papel da terminologia* foi ministrada pela professora Alexandra Feldekircher Müller, na *Especialização em Administração, Marketing e Recursos Humanos*.

termos técnicos. Para existir essa padronização de linguagem é preciso que se tenha uma adequação da linguagem ao destinatário’.

Com base nesses aspectos enfatizados pelos profissionais, evidencia-se, mais uma vez, o papel que tem a comunicação precisa e o valor da terminologia compartilhada no dia a dia de trabalho de todos aqueles que a utilizam. Destaca-se que esse valor não está somente atrelado ao domínio da nomenclatura oficial da área, mas, em especial, ao significado que cada termo assume naquele contexto especializado.

A seguir, adentra-se, mais especificamente, na caracterização das empresas, enquanto organização pública ou privada, como condição necessária para a visualização do que é o universo empresarial, uma vez que este se situa distante do ambiente acadêmico do qual parte esta pesquisa. Destaca-se ainda que este estudo que segue é um importante resultado para o Gestor Terminológico, pois proporcionará a ele um conhecimento prévio de quais são as informações necessárias para o trabalho em uma empresa, bem como quais as noções basilares que permeiam o universo empresarial, pois, como ressaltou BARROS (2004, p. 189-190), uma das etapas metodológicas para o fazer terminográfico é o conhecimento da área.

3.2 As empresas e a economia do Brasil

O universo empresarial, tomado como ponto de partida para este estudo e aqui descrito, toma forma nesta tese a partir de reflexões e pesquisas amplas sobre o que são empresas, como são constituídas, quais tipos de empresas existem, entre outros aspectos²².

Segundo os documentos oficiais do Governo Federal²³ e do SEBRAE²⁴, a economia do país está organizada em três pilares, sendo eles: Comércio e Serviços, Agronegócio e Indústria.

²² Como fonte oficial de investigação, adotaram-se os sites do Governo Federal e do SEBRAE.

²³ <http://www.brasil.gov.br/sobre/economia/setores-da-economia> Acesso em: 30 nov. 2010.

²⁴ <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/grandes-setores-de-atuacao/os-tres-pilares-da-economia-brasileira> Acesso em: 10 jun. 2009.

O Setor de Serviços como responsável pela venda de produtos e de serviços oferecidos à população é um dos principais responsáveis pela economia nacional. Como tal, ajudou a aumentar a competitividade interna e externa. De acordo com as informações do Governo Federal, o Setor de Comércio e Serviços responde por mais da metade do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, cerca de 55%, gerando mais postos de trabalho: quase 75% dos empregos do país.

O Setor de Agronegócio, por sua vez, é responsável por 27% do PIB, sendo definida agropecuária como toda a atividade que faz uso do solo para o cultivo de plantas e a criação de animais. A título de exemplo, apresentam-se alguns dos segmentos desse pilar da economia: agricultura orgânica, agroenergia, apicultura, aquicultura e pesca, café, carne, derivados de cana-de-açúcar, floricultura, horticultura, leite e derivados, mandiocultura, ovinocaprinocultura e plantas medicinais e aromáticas.

Já o Setor da Indústria é responsável por transformar todo tipo de matéria-prima em produtos. Ele pode ser manufatureiro, artesanal ou fabril, de acordo com a tecnologia empregada na sua produção. Seus principais setores são: têxtil e confecção, madeira e móveis, alimentos e bebidas industrializados, biotecnologia, construção civil, cosméticos, couro e calçados, eletroeletrônicos, gemas e joias, indústrias gráficas, metal-mecânico, olaria e cerâmica, pedras e rochas ornamentais, petróleo e gás, plástico, químico, tecnologia da informação, brinquedos, equipamentos médico-odontológico-hospitalares, fármacos e papel e papelão.

Com relação ao Setor Industrial, pode-se destacar a atuação mais forte do Governo Federal. Em determinados setores da Produção Industrial, o Governo atua por meio de empresas públicas (fundações públicas, autarquias) ou sociedades de economia mista. Como é o caso, por exemplo, da Petrobrás, “uma sociedade anônima de capital aberto, que atua em várias áreas do setor de energia, desde a exploração de gás e petróleo até a distribuição, passando pelo refino e abastecimento. A gestão dessas empresas é formada por Conselhos de Administração e Fiscal”²⁵.

As empresas públicas são agentes do Governo Federal, em sua maioria, vinculadas aos Ministérios. São administradas indiretamente pelo Governo e são consideradas de natureza jurídica de direito privado. Do ponto de vista da sua constituição financeira, são criadas pelo Estado com capitais próprios ou fornecidos por

²⁵ <http://www.brasil.gov.br/sobre/economia/setores-da-economia> Acesso em: 30 nov. 2010.

outras empresas públicas, para a exploração de atividades de natureza econômica ou social.

Em oposição às empresas públicas existem as privadas, que podem ser individuais ou coletivas. A modalidade de empresa em que o proprietário é pessoa física ou jurídica é denominada de individual ou singular. A que tem sua organização e direção executada por uma sociedade é considerada coletiva. De todo modo, as empresas privadas são empresas cujo capital é detido pelos agentes econômicos privados, tendo como objetivo final o lucro. Elas podem ser classificadas em três modalidades básicas: S.A (Sociedade anônima) - Sociedade Comercial formada por, no mínimo, dois sócios, devendo exercer atividade de fim lucrativo; LTDA (limitada) - Sociedade por cotas de responsabilidade limitada, na qual todos os sócios respondem pessoal e solidariamente até a integralização total do capital social; e Capital Fechado - Caracterizada por uma sociedade anônima, em que o capital está dividido, em forma de ações, entre acionistas, mas não estão admitidos para negociação no mercado de títulos e valores mobiliários.

Contudo, uma empresa, numa visão mais ampla, é caracterizada por ser uma totalidade organizada de meios com vista a exercer uma atividade particular, que produz e oferece bens ou serviços. Objetiva atender alguma necessidade humana com o intuito primeiro de obtenção de lucro, o qual é tomado como consequência do processo produtivo e retorno esperado pelos investidores. No caso da empresa pública, a finalidade é a de rentabilidade social e não o lucro. Destaca-se que uma empresa, de modo geral, pode ser entendida como uma organização destinada à produção e/ou comercialização de bens e serviços, tendo como objetivo o lucro²⁶, ou, como um conjunto organizado de meios com vista a exercer uma atividade particular, pública, ou de economia mista, que produz e oferece bens e/ou serviços, com o intuito de atender a alguma necessidade humana²⁷.

Para Motta e Vaconcelos (2000, p. 42), as empresas são organizações com:

²⁶ www.venturecapital.gov.br/VCN/e_CR.asp. Acesso em: jan. de 2010.

²⁷ pt.wikipedia.org/wiki/Empresa. Acesso em: jan. de 2010.

i) finalidades lucrativas; ii) são orientadas para o lucro; iii) assumem riscos que são o ingrediente do negócio; iv) são dirigidas por uma filosofia de negócios, devendo justificar a sua existência atendendo às necessidades da sociedade; portanto, elas devem manter a vitalidade econômica e aceitar a responsabilidade social; v) são avaliadas, geralmente, sob um ponto de vista contábil, por ser a contabilidade a linguagem universal para expressar a sua situação econômico-financeira; vi) devem ser reconhecidas como negócios pelas demais organizações, na medida em que são produtoras de bens ou serviços que as outras organizações podem utilizar.

Como apontado pelos teóricos, é a lucratividade o motor que impulsiona o andamento na empresa. Logo, todo e qualquer recurso que proporcione lucro ou diminuição das despesas em uma empresa é tido como sinônimo de valor para o setor. A questão da lucratividade pode ser focada por diferentes aspectos como, por exemplo, a reutilização de algumas matérias-primas, a reestruturação dos serviços de modo a agilizar o processo de execução das atividades, diminuindo, assim, o custo da mão de obra, a utilização de software que controle o estoque dos materiais, entre outros. Contudo, a questão da linguagem empregada dentro das empresas ainda é um aspecto a ser considerado como fator de lucratividade pela maioria das organizações.

A empresa é estruturada por setores de trabalho, normalmente, os quais precisam se comunicar, embora exerçam funções diferentes no ambiente de trabalho. Por exemplo, uma concessionária de carros possui o setor de vendas, com o segmento veículos novos, seminovos e vendas especiais; o setor de peças e acessórios; o setor de serviços; o de assistência técnica; o de consórcios; o de seguros; o financeiro; o de contabilidade; o jurídico; o de comunicação; e o setor de gerência, o que vem a consolidar-se como os setores organizacionais das empresas integrantes do seu organograma. Para todos, nos diferentes setores, o objeto principal é o veículo comercializado. Contudo, cada um agrega ao seu setor o conhecimento específico da área em que está, por exemplo: nas vendas, as informações sobre tabela FIPE, cotação, valores, vantagens e desvantagens para o negócio; no setor de peças e acessórios, as noções de modelo de peças e acessórios para cada modelo de veículo, tomando a variável, ano, categoria, entre outras; o setor de serviços tem todo um conhecimento de engenharia mecânica, possíveis defeitos e prováveis medidas de solução; assim como o setor financeiro agrega todas as informações das transações financeiras necessárias para a compra e a venda de veículos, como a informação de que para transferências abaixo de três mil reais o procedimento se dá via DOC (Documento de Ordem de Crédito), e acima de três mil por TED (Transferência Eletrônica Disponível). Em função dessas

variáveis de informações específicas para cada setor da empresa, podem ocorrer inúmeros problemas de comunicação, influenciando diretamente na finalidade primeira da empresa: o lucro.

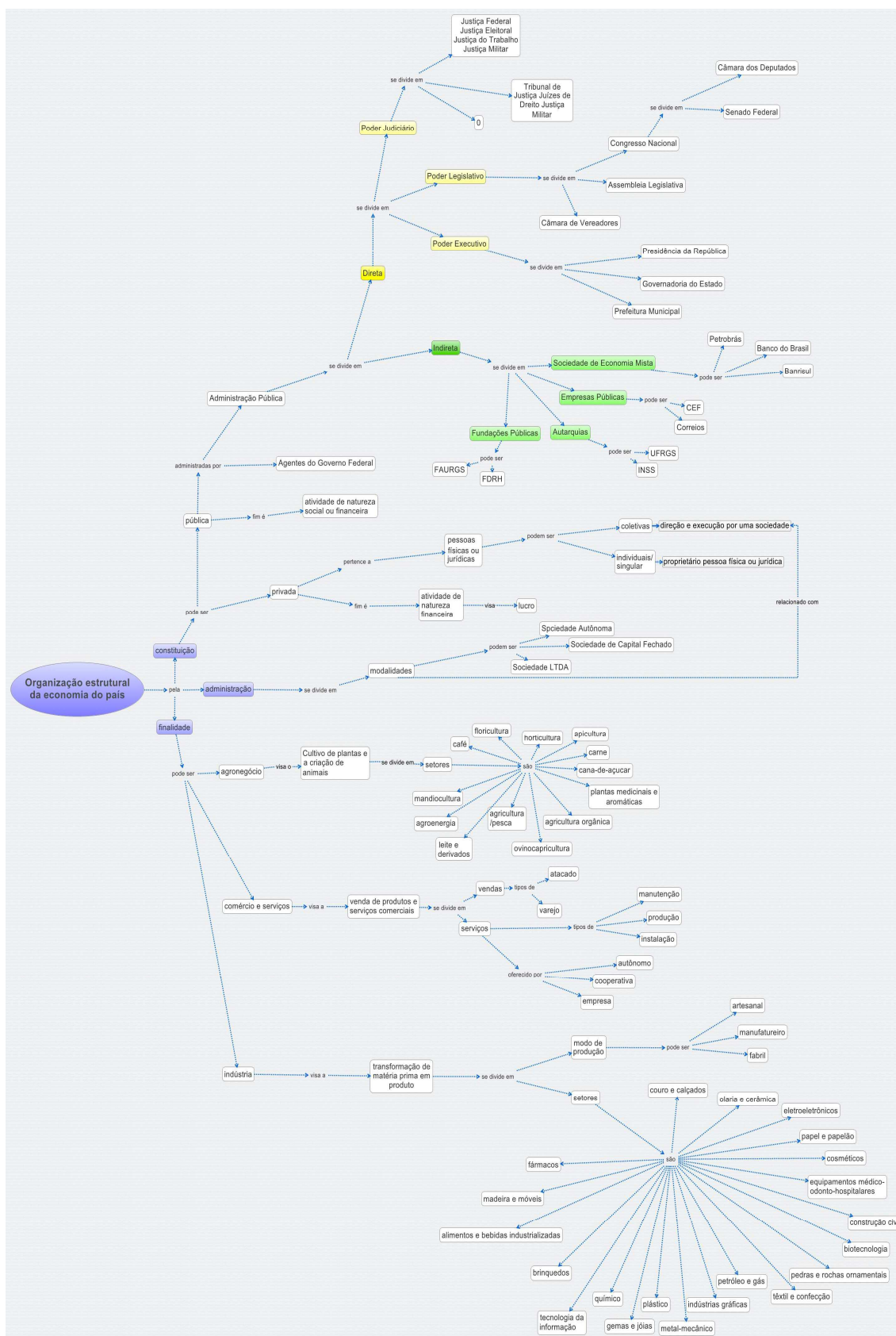
Cada vez mais, há a necessidade de que os diferentes setores e seus funcionários tenham conhecimento do todo da organização em que trabalham, ou que, ao menos, tenham acesso às informações especializadas dos setores para que, havendo dúvidas, eles saibam onde consultar, evitando, com isso, o comprometimento do andamento dos seus serviços e das suas produções. Isso pode ser exemplificado da seguinte forma: ao chegar para o setor de peças e acessórios um pedido de compra de peças elaborado pelo mecânico da empresa, este deve estar de acordo com a terminologia da área, pois, do contrário, a pessoa responsável pela compra desses materiais não conseguirá realizar o pedido. Isso implica a pessoa do setor de compras deslocar-se até o mecânico que lhe deverá passar novamente o pedido, agora de acordo com a terminologia oficial da área. Resumidamente, o trabalho terá que ser realizado duplamente, implicando em horas de trabalho dos funcionários do setor de peças e acessórios e hora de trabalho do mecânico, que hoje estima-se uma média de R\$ 150,00 nas principais concessionárias de veículos da região.

Desse modo, não apenas a reutilização da matéria-prima, como o emprego de softwares de gestão são fatores de lucratividade na empresa. Cabe frisar, pelos dados destacados acima que o conhecimento sobre a terminologia da área de atuação também representa lucratividade à empresa. Assim, é reforçado o papel que tem a Terminologia nas empresas, bem como a criação de mecanismos de gerenciamento das terminologias empregadas.

Nesse sentido, elaborado a partir da pesquisa e descrição do setor econômico brasileiro, tomando por base informações do site do Governo Federal e do SEBRAE, apresenta-se a estruturação hierárquica da organização da economia do país com o intuito de auxiliar na compreensão do setor empresarial, tomado como escopo deste trabalho. Também se justifica esta tarefa por ser ela um pressuposto para o trabalho do Gestor Terminológico em um contexto empresarial e por ser ela fundamental para o estabelecimento das diretrizes do GTE, bem como por se configurar como condição basilar para o reconhecimento do estatuto terminológico das unidades lexicais das empresas.

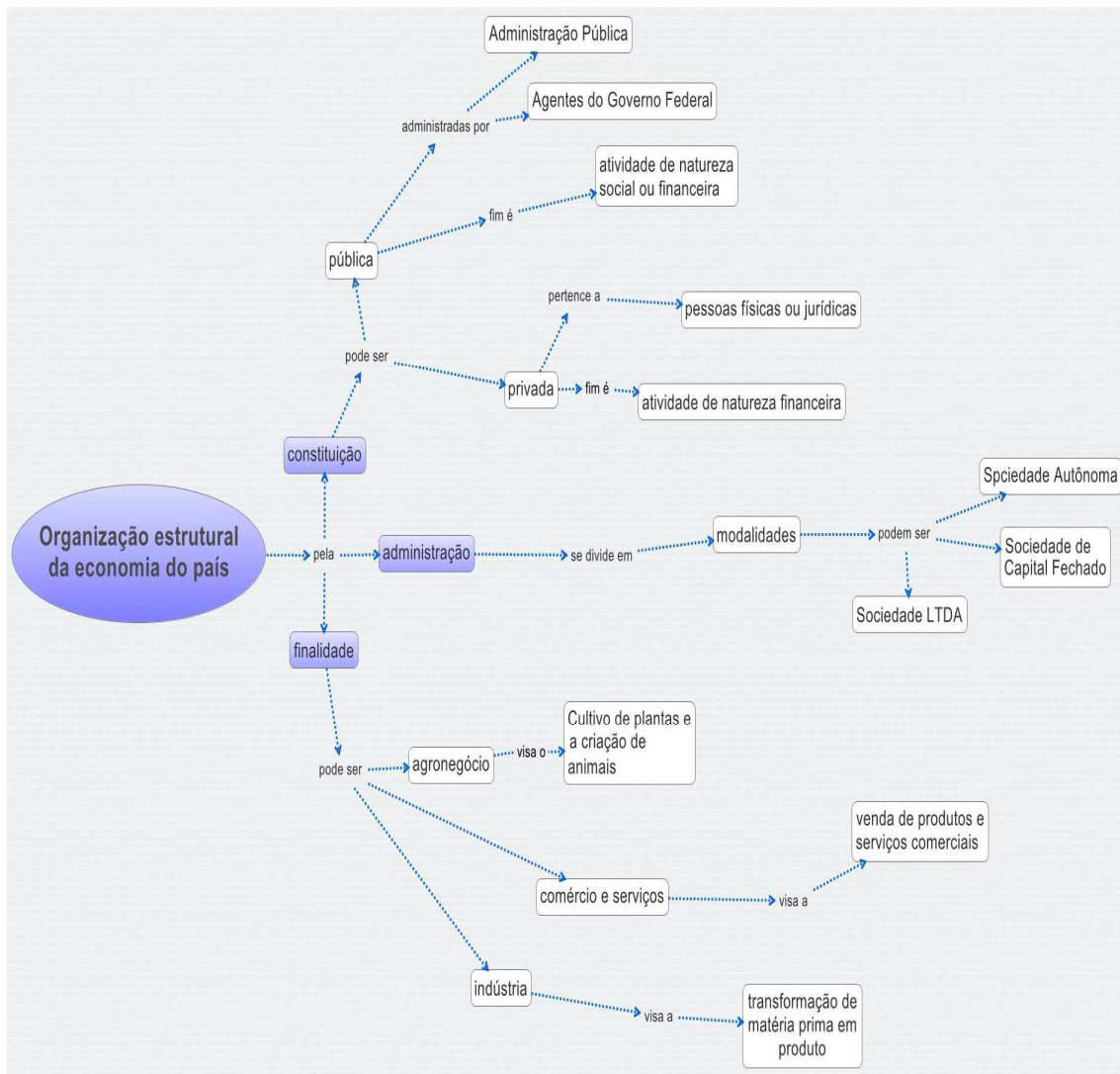
Nesta tese, a Figura 1 exibe a representação estrutural da organização da economia do país, a qual parte de três eixos fundamentais: constituição, administração e finalidade, os quais indicam a constituição terminológica da organização da economia do Brasil. Nesta figura, apresenta-se a totalidade da organização. Contudo, dada a quantidade de informação, para facilitar a leitura, a mesma representação é detalhada na Figura 2, 3 e 4. Assim, na Figura 2, são apresentadas as principais subdivisões dos três eixos fundamentais. Por sua vez, na Figura 3, são detalhados os eixos da constituição e da administração na sua totalidade, restando para a Figura 4 ilustrar apenas o eixo da finalidade.

Figura 5 – Organização estrutural da Economia I



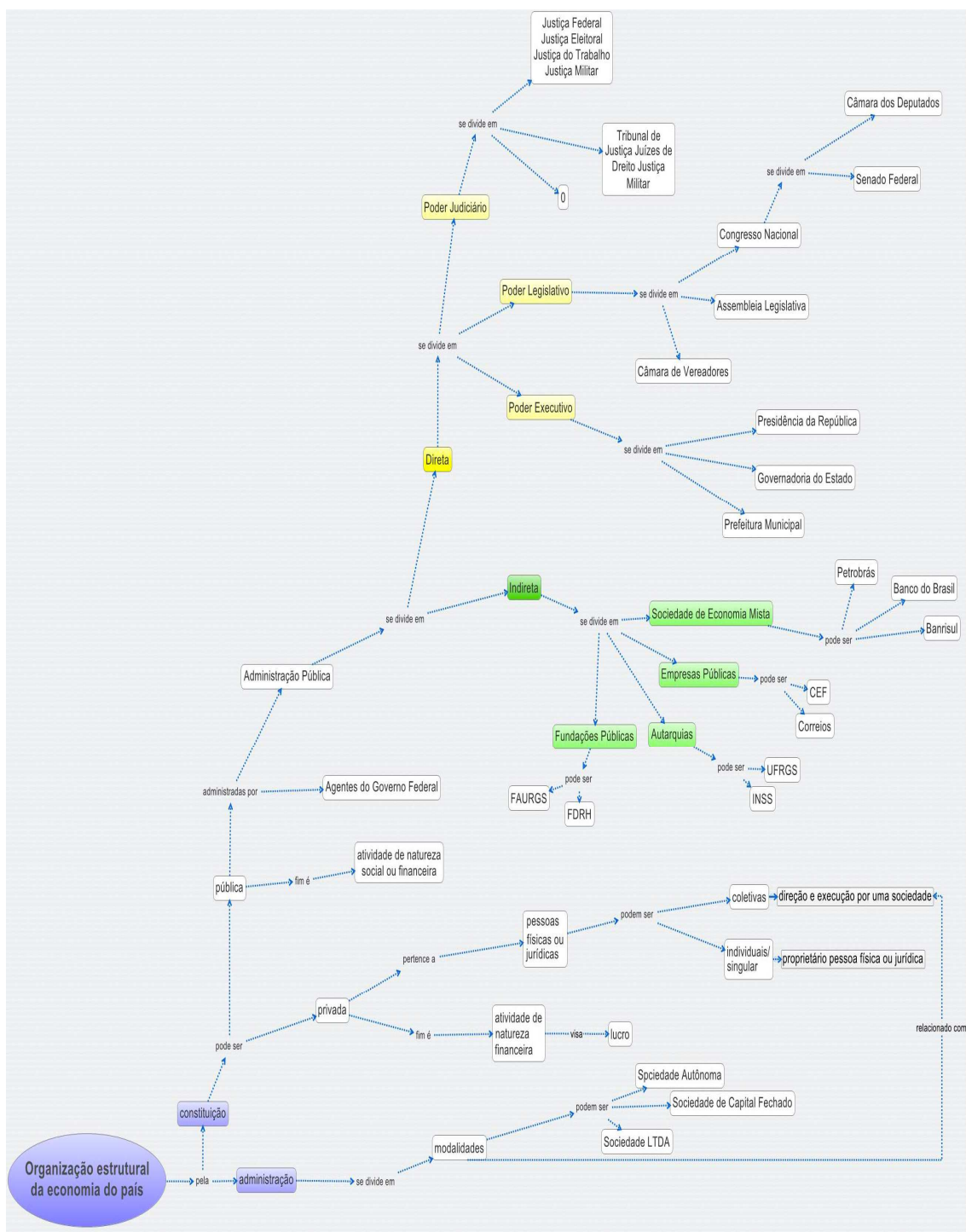
Fonte: elaborado pela autora.

Figura 6 - Organização estrutural da Economia II



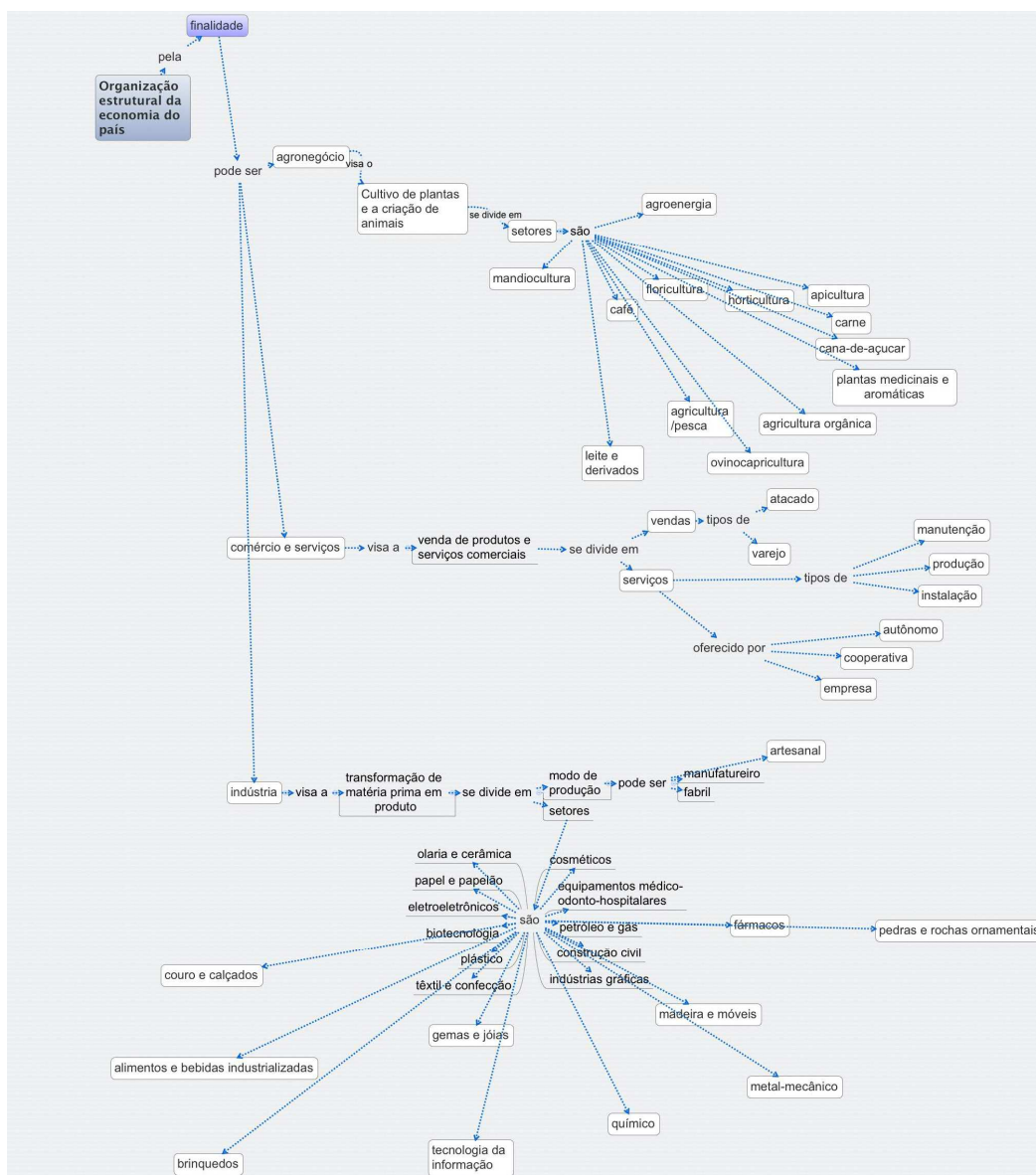
Fonte: elaborado pela autora.

Figura 7 - Organização estrutural da Economia III- constituição e administração



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 8 - Organização estrutural da Economia IV – finalidade



Fonte: elaborado pela autora.

Diante da apresentação da organização estrutural da economia do país e das relações entre constituição, administração e finalidades, importantes para o trabalho do Gestor Terminológico em empresas, destacam-se algumas das especificidades dos termos que circulam nesse contexto de comunicação, especificidades estas que ainda não se conhecem adequadamente, pela falta de estudos na área; assim, sobre o que é a terminologia nas empresas, as propriedades dessas unidades lexicais, e se são recorrentes ou não, pouco se sabe.

Embora comecem a se intensificar o desenvolvimento de pesquisas nessa linha²⁸, é preciso avançar ainda para um conhecimento maior da terminologia que circula nas empresas. Nessa mesma direção, Barros (2004, p. 90) afirma que “as relações de interlocução no seio da empresa e fora dela devem dar-se por uma linguagem, embora técnica, de compreensão garantida entre engenheiros, administradores, funcionários e operários, do ponto de vista interno; entre a empresa e seus clientes”. Declara ainda que na empresa deve-se “trabalhar pela normalização da terminologia própria”, sendo que os “termos fundamentais devem ser analisados e tratados, definidos e registrados, de modo que se evitem contradições, erros, ambiguidades, interpretações dúbias”. Esses aspectos todos permitem, conforme a autora, que a empresa seja beneficiada também nos setores de marketing, compra e venda.

De fato, o Gestor Terminológico ao iniciar seu trabalho na esfera das empresas deverá conhecer as características gerais dos termos da área e a missão da empresa em que estará atuando, pois só assim terá melhores condições de lidar com o repertório de informações especializadas. Como destacado anteriormente, o termo, na perspectiva poliédrica que o conforma, é tomado como um item léxico especializado, como um nódulo do conhecimento e como componente fundamental da comunicação profissional. Sua função é designar e nomear os elementos das ciências, das técnicas e das tecnologias. Enfim, estabelece e divulga conceitos. Mais ainda, ele representa um instrumento, um processo/procedimento, um método, ou um objeto (GOUADEC, 1990; KRIEGER e FINATTO, 2004). O termo, nessa perspectiva, como nódulo representativo da área, tem relação com a função e a missão da empresa. Assim, para entender os termos da empresa ou os textos produzidos é necessário conhecer a área de atuação profissional.

Nesse sentido, destaca-se que o tratamento (análise, definição e cuidado com os aspectos de sinonímia, variação, ambiguidade, entre outros) da terminologia na empresa, com vistas ao seu gerenciamento, está relacionado com o tipo de missão da empresa. Não cabe somente ao Gestor Terminológico verificar se a empresa vende ou não para o exterior; é importante olhar para a terminologia interna (aquela utilizada pelos funcionários nos diferentes setores da empresa) e a externa (aquela utilizada pelos funcionários com o público externo – os clientes) associada à sua missão enquanto

²⁸ no âmbito do Grupo TERMILEX (KRIEGER, 2006; BATISTA, 2011; RABELLO, 2009, 2010).

organização, o que ela faz, como define seus produtos e serviços, como considera seus usuários, entre outras atividades. Disso resulta as condições para o desempenho de um bom trabalho de gestão da terminologia na empresa e um trabalho terminográfico que poderá resultar em base de termos, glossários da área etc.

Com relação à especificidade do termo em empresas, conforme já observado nos poucos trabalhos dessa área (BATISTA, 2011; RABELLO, 2009, 2010) e de acordo com as pesquisas feitas em documentos de empresas, é possível perceber as variáveis que envolvem o termo no setor empresarial. Numa configuração mais ampla, há caminhos que indicam que ele se caracteriza pelo caráter denominativo e designativo em acordo com o seu contexto de comunicação. O termo denominativo conforma-se por nomear os elementos do mundo num processo de descrição e explicação e não arbitrário. Nesse sentido, tem como atributo natural, em muitos casos, explicar-se por si só, a exemplo de *hipermercado* em que o próprio prefixo hiper, associado ao nome mercado, dá uma clara ideia do conceito do termo.

Diferentemente, hoje, é bastante comum de ser encontrado um significante terminológico ter caráter designativo, construindo uma referência ao produto, sem preocupações de nomear como antes mostrado. Benjoint (2000) afirma que este tipo de terminologia tem funcionalmente um papel e que o nível conceitual não se apaga, apenas não fica tão transparente como no termo designativo. Cabe ainda destacar que a tendência designativa é uma propensão forte dos produtos, criando-se uma individualização para cada item. Do mesmo modo, com esse processo é notável uma fuga dos problemas que a língua apresenta, das ambiguidades e das problemáticas de tradução, ao ser estabelecido uma espécie de rótulo para os produtos como: E63 (aparelho de celular da NOKIA) (BATISTA, 2011), C3 (automóvel da marca Citroën), MP4 (aparelho de som que possui características específicas diferentes do MP3, MP5, MP7, e outros), 7075-0 (componente de aviões: Aluminum Alloy Sheet). A designação com a criação de termos alfanuméricos evita problemas de ambiguidades não havendo, assim, também problemas com a tradução para as demais línguas em que a empresa possa ter relações de comércio, pois em francês, inglês ou português a tradução para C3, por exemplo, será a mesma.

De um modo geral, segundo as pesquisas do Grupo Termilex (BATISTA, 2011), a comunicação externa de uma empresa será marcada pelo predomínio de uma terminologia de produtos ou serviços a serem comercializados, variando de acordo com

o ramo de atividade da empresa e a sua missão. Nesse sentido, ao se tratar de produtos, ela se caracterizará como designativa, com a propriedade de ter rótulos alfanuméricos para representar seus objetos, a fim de facilitar a comunicação comercial, com C3, E63, entre outros. Já internamente, há a tendência de a terminologia denominativa ou conceitual ser a predominante, pois para a criação de produtos, como, por exemplo, um telefone a ser comercializado, há uma série de métodos e de processos envolvidos, os quais, por natureza, são mais descritivos, a exemplo de Layout de Processo, Layout de Posição Fixa, Norma Regulamentar n. 15 (NR 15), ou ainda, Equipamento de Proteção Individual (EPI). Contudo, esses são aspectos que tratam da constituição ou da forma estrutural dos termos, os quais não serão enfatizados neste trabalho.

Outro aspecto importante de ser destacado com relação aos termos, nesse contexto comunicacional, é o de que a criação e o uso das terminologias pode assumir características variacionistas e um mesmo termo pode receber um nome técnico/formal e também uma variante por inúmeros motivos, os quais podem divergir de um setor da empresa para outro. Contudo esses termos técnicos e suas variantes nem sempre ocorrem concomitantemente na linguagem escrita, podendo ocorrer, por exemplo, o técnico na linguagem escrita e a variante na linguagem oral. Rabello (2009) explica que os motivos para a criação de variantes, especialmente na linguagem oral, no caso de uma empresa aérea, podem ser por aparência física, motivação sonora ou mesmo por dificuldade com a língua inglesa (embora ela seja pré-requisito para o trabalho) e cita alguns exemplos, como: *Linear actuator* – Marrequinha; *Fire detector* – Galho Seco; *Surge valve* – Secador de Cabelo.

Diante da ocorrência de mais de uma forma para o mesmo termo no contexto empresarial, tanto na linguagem escrita como na oral, num trabalho terminográfico, cabe uma tomada de decisão dos Gestores Terminológicos da empresa ao redigirem documentos sobre a existência desses termos e suas variantes, a fim de criar uma indicação de uso formal do termo mais adequado, configurando-se num processo de harmonização denominativa. Com isso, procurar-se-á “garantir uma comunicação sem ruídos entre engenheiros, operários e administradores da mesma empresa”, primando “pela preocupação com a transferência do saber” (BARROS, 2004, p. 92). Assim, segundo García (2004, p. 105), é possível decidir dentre os critérios quais podem ser os aceitos diante da variedade denominativa de determinadas áreas de especialidade: a) uma só proposta como forma normalizada; b) aceitar mais de uma proposta em relação à

equivalência; c) não aceitar modificação ao empréstimo linguístico; d) adaptar o empréstimo formal ao funcionamento da língua que importa. Estas são as alternativas propostas pela autora, a fim de trabalhar no propósito de harmonização terminológica, considerando a questão da variação presente nas terminologias hoje.

Alvarez (2010), por sua vez, também defende a ideia da harmonização conceitual nas terminologias. Prioriza a atividade de criação de novas denominações e de neologismos terminológicos, respeitando a diversidade e identificando os equivalentes. Destaca ainda que é preciso considerar a norma da língua, as recomendações oficiais de organismos internacionais, as variantes regionais. Por fim, enfatiza que esta atividade de normalização é a base da comunicação especializada.

Sobre essa questão, para Cabré (2010), a terminologia observada no seu contexto comunicativo é fator chave para o trabalho terminográfico, logo Terminologia e Comunicação são peças fundamentais. Para ela, o termo tem que ser recuperado em contextos reais de comunicação, conformando uma terminologia *in vivo*; do contrário, de nada adianta estar em glossários, banco de dados. A meta dos termos é o seu uso e, desse modo, a observação socioterminológica é fundamental porque serve para o uso, para a comunicação, sendo adequada a cada política linguística e realidade terminológica.

Ainda segundo a autora, as línguas precisam dispor seus termos em recursos terminográficos para poder expressar os conhecimentos técnicos e científicos, numa perspectiva de transparência e divulgação do conhecimento e de auxílio à execução das tarefas no dia a dia da empresa. Considerando essa premissa, as empresas precisam organizar suas terminologias em ferramentas terminográficas, o que resultará em terminologias corporativas e informatizadas de fácil acesso a toda a população.

Por fim, destaca-se o importante papel que tem o conhecimento dos termos no contexto empresarial para o bom trabalho do Gestor Terminológico e para o andamento da empresa como um todo. Conforme descrito, o comportamento do termo, suas características e funções, está diretamente relacionado com a missão da empresa. Assim, um trabalho terminográfico na empresa pressupõe que o Gestor esteja atento à relação termo x missão. De todo modo, é necessário que ele tenha presente que o processo de comunicação é complexo, assim como o reconhecimento do estatuto terminológico.

3.3 O Gestor Terminológico

Esta seção aborda alguns aspectos sobre a temática do profissional responsável por trabalhar com terminologias, o Gestor Terminológico (ou o Gestor de Terminologia) – assim denominado nesta tese, e sua atuação junto aos diferentes segmentos profissionais que lidam com as terminologias, em especial as empresas, como bem descritas na seção anterior.

Não é demais lembrar que a Terminologia, como área do conhecimento, tem como objeto de estudo as unidades linguísticas especializadas, o termo. Este, por sua vez, se caracteriza por ser um nódulo conceitual arraigado pelo conteúdo especializado de determinada área, cujo não conhecimento e compartilhamento nocional por parte dos parceiros de troca comunicacional pode acarretar problemas de diversas ordens. Em primeiro lugar, no eixo comunicacional; em segundo lugar, na execução das tarefas em que os termos desempenham papel fundamental para que, por meio do seu entendimento conceitual, seja possível a execução de determinada tarefa; ou ainda, em terceiro, no desenvolvimento das ações de uma empresa e na geração de seu lucro, por exemplo.

Nesse sentido, a terminologia de uma empresa e sua organização é um aspecto de relevância, é um estratégico plano socioeconômico e um componente facilitador da comunicação, no que se refere às trocas de produtos, serviços e conhecimentos.

Desse modo, a criação de ferramentas terminográficas como banco de dados, glossários, pequenos dicionários, alimentação terminológica do sistema de gestão da empresa e outros instrumentos terminográficos em uma empresa são atividades que demonstram acuidade para que se obtenha uma comunicação que atenda aos interesses da organização, quais sejam: o sucesso e a lucratividade. Essas ferramentas favorecem uma melhor comunicação no ambiente de trabalho, em especial ao ser considerado os diferentes níveis de conhecimento dos funcionários e, em consequência, o conhecimento da linguagem especializada.

Enfim, inúmeras são as atividades que podem ser desenvolvidas no interior de uma empresa por um Gestor Terminológico. É necessário, contudo, a percepção, por parte das empresas, das atribuições desse profissional que vem sendo formado e capacitado, o qual deve ter plenas condições para desenvolver diferentes tarefas no

ambiente empresarial de acordo com a necessidade da organização em que estará atuando. Nesse sentido, esta tese de doutorado exerce uma função importante para a formação e a habilitação deste profissional, pois o munirá de um conjunto de informações sobre o setor empresarial e, principalmente, diretrizes metodológicas para o GTE em empresas, bem como o reconhecimento do estatuto terminológico do termo empresarial.

Dentre as características do Gestor Terminológico, a que se destaca como primordial é a do domínio das teorias linguísticas e terminológicas que abordam as questões terminológicas e terminográficas e as principais interfaces e correlações do trabalho, a Semântica, a Lexicologia, a Lexicografia, a Documentação e a Tradução (KRIEGER e FINATTO, 2004).

Outra característica refere-se ao fato de que o Gestor deve estar habilitado para poder criar a metodologia de trabalho que mais se adéqua ao seu contexto de trabalho ou às necessidades dos seus usuários, como afirma Silva Filho (2010, p. 2): “[...] são muitas as teorias da Terminologia que podem servir de base para a sustentação de distintas metodologias e podem variar dependendo do objetivo de trabalho que o terminólogo vai realizar”. Além disso, esse profissional deverá estar ciente da necessidade de conhecer as diretrizes organizacionais da área de atuação, a exemplo do que se apresenta nesta tese como princípios do reconhecimento do estatuto e da funcionalidade dos termos nas empresas, bem como das diretrizes metodológicas para o GTE.

É à luz das diferentes bases teóricas e do estabelecimento de alguns pressupostos teóricos mais amplos que o Gestor Terminológico desenvolverá todo o seu trabalho terminográfico em contexto profissional de empresa. Significa dizer, pois, que ele adequará a metodologia de trabalho ao embasamento teórico adotado e à realidade profissional encontrada. Tal atividade justifica-se pela realidade cada vez mais tecnológica do mundo, como já afirmava Castillo (1997, p. 11. Tradução nossa): “um mundo cada dia mais tecnológico”. E isso tudo fez com que a língua passasse de um “fenômeno puramente cultural para se tornar num poderoso agente econômico com um lugar importante na atividade econômica e industrial” (LINO, 2000, s.p.) e que necessita ser cuidado para alcançar cada vez mais êxito.

Cabré (2010, p. 8), ao abordar o tema da organização do processo de trabalho terminográfico, trata das competências necessárias para tal atividade, de modo que se pode, aqui, apresentá-las como competências necessárias ao Gestor Terminológico para o desenvolvimento de atividades profissionais em empresas. A autora define quatro como sendo as grandes competências para a correta resolução dos problemas que envolvem a comunicação especializada. São elas: cognitiva, linguística, sociofuncional e metodológica.

A competência cognitiva corresponde ao conhecimento da área de especialidade que será objeto de trabalho. Sem conhecer uma área de especialidade não é possível identificar a terminologia e nem mesmo estruturá-la. Também não é possível resolver uma questão de equivalência na tradução. A competência linguística abarca o conhecimento da língua ou das línguas sobre as quais se investiga. É impossível reunir os termos referentes a uma área de especialidade de um texto sem conhecer a língua na qual está escrito esse texto, nem tampouco realizar uma análise terminológica de um texto em uma língua de partida para produzir adequadamente um texto em outra língua. A competência sociofuncional se refere às características que o trabalho terminológico deve ter para ser eficiente considerando seus fins e adequado aos destinatários aos quais se dirige. E, no caso da tradução, se refere ao conhecimento sobre qual variante é a mais adequada para um texto de condições pragmáticas determinadas. A competência metodológica, por sua vez, está relacionada não com os fundamentos da área de especialidade, mas sim com as habilidades de sua aplicação: somente se adquirimos essa competência metodológica podemos executar um processo de trabalho ordenado e sistemático, e apresentar os dados de maneira adequada e eficiente, tal como exige a competência sociofuncional, porém sem descumprir princípios e diretrizes técnicas (CABRÉ, 2010, p. 8. Tradução nossa).

Pode-se definir, a partir das palavras de Cabré (2010), a competência cognitiva como o conhecimento adquirido sobre a área de especialidade a ser trabalhada pelo Gestor Terminológico. No caso das empresas, foco deste trabalho, não basta apenas o conhecimento sobre os produtos em si, para o caso da criação de um glossário ou de um manual de utilização de um telefone celular, por exemplo; é necessário que o Gestor tenha um domínio de todo o processo de produção, das peças que são utilizadas, das suas funções, dos acessórios que integram o celular, dos softwares por ele utilizado, bem como do contexto maior de produção como o setor empresarial de produção de telefonia móvel. Esse conhecimento de contexto mais amplo de produção permite que ele entenda melhor o processo como um todo, atentando para as questões de marketing, as financeiras, as administrativas e as operacionais, sabendo a quem recorrer no caso de dúvida sobre alguns nódulos conceituais. Isto significa dizer que é fundamental para o

trabalho do Gestor a criação de um mapa conceitual da área de atuação. Contudo, em se tratando de empresas, a tarefa é substituída pela criação de um organograma da organização empresarial, elemento basilar para a criação de produtos terminográficos em empresas, o que será retomado mais adiante.

A competência linguística, todavia, refere-se ao conhecimento formal da língua, e, em se tratando de empresas multinacionais que envolvem a tradução, o conhecimento na língua de partida e de chegada, pode ser um exemplo, pois não há como tratar do léxico especializado sem dominar a língua. Já a competência sociofuncional está diretamente atrelada à adequação das ferramentas terminográficas, ao fim que elas desempenham e aos usuários a serem alcançados, prestando especial atenção aos aspectos da variação presentes no interior de uma empresa. Nesse sentido, enquadram-se os aspectos sobre a harmonização dos termos num contexto de trabalho, por meio da criação de ferramentas que deem conta de compatibilizar as diferentes denominações usadas para um mesmo objeto em determinado contexto, por exemplo, como Caverna, Chapa de Alumínio, Chapa, Barra retangular de alumínio para o termo técnico *Aluminum Alloy Sheet (7075-0)* ocorrido no interior de uma empresa de manutenção de aeronaves.

Por fim, a competência metodológica refere-se às habilidades que o Gestor Terminológico deve ter para manejar as informações de forma ordenada e sistemática, resultando na criação de recursos terminográficos²⁹ funcionais para a empresa. Isto quer dizer desempenhar corretamente o GTE.

Segundo Romualdo (2010), diante dessas competências, o Gestor Terminológico, que é, segundo ele, por excelência um harmonizador, passa a ser um harmonizador linguístico (por descrever a linguagem especializada), um harmonizador do conhecimento (por estruturar e organizar o conhecimento de modo a permitir a sua compreensão) e um harmonizador social (por interpretar e facilitar a circulação da informação). Não obstante, ele apresenta, além da competência cognitiva, linguística, sociofuncional e metodológica apresentadas por Cabré (2010), a competência intercultural, a qual caracteriza o Gestor Terminológico, por fim, também como um harmonizador cultural, tendo uma relação direta com uma das áreas correlatas ou de interface da Terminologia, a Tradução.

²⁹ Entende-se recursos terminográficos, para este trabalho, como glossários, manuais, terminologias controladas, entre outros.

Essa competência intercultural, importante para o trabalho terminográfico, segundo o autor, conforma-se como essencial ao se trabalhar com empresas com sedes em diferentes localizações geográficas, como é o caso de empresas que possuem matriz e filial num mesmo país, ou o caso de multinacionais. A competência intercultural se apresenta-se como fator condicionante da qualidade do trabalho pelas variações denominativas que são criadas em diferentes contextos de cultura ou pela realidade linguística de cada região ou país, além das questões que surgem pela problemática das equivalências linguísticas, para o caso de línguas diferentes.

Nesse sentido, afirma Romualdo (2010, p. 2), ao tratar da realidade de empresas portuguesas instaladas na Polônia e, com isso, as novas dimensões que a profissão de Gestor Terminológico assume:

O resultante cruzamento de culturas e práticas dissemelhantes tem uma interferência direta na circulação de informação e na transmissão de conhecimento dentro destas organizações, logo também na forma de desenvolver a atividade terminológica.

Esse fator cultural como importante ao trabalho do Gestor Terminológico é também justificado pelo pesquisador pela realidade descrita por tradutores e terminólogos, funcionários das empresas portuguesas instaladas na Polônia:

[...] necessidade de mais e melhores competências culturais que tornem a comunicação profissional mais adequada e eficiente (por exemplo, no que diz respeito às formas de tratamento que introduzem os vários documentos, que são alvo de sistemáticas problematizações ou à preparação de reuniões e à condução de entrevistas) (ROMUALDO, 2010, p. 6).

Assim, o Gestor Terminológico, como especialista na harmonização de informação e sua circulação, terá de ser um conhecedor das culturas com que contata profissionalmente para poder desempenhar as suas funções de forma eficiente (ROMUALDO, 2010, p. 7). Desse modo, a competência intercultural surge como a ferramenta necessária para promover uma integração bem sucedida, a qual permite que se viva e se comunique com outras culturas, interagindo com o mundo globalizado.

A importância do elemento cultural no trabalho terminográfico pode ser ilustrado com os termos da aviação de uma empresa multinacional, com sede em Portugal e filial no Brasil, cujas denominações para os procedimentos de trabalho ou peças de aeronaves, apesar de serem os mesmos, recebem denominações diferentes (borregar/arremeter; descolar/decolar; cabina/cabine; caixa-negra/caixa-preta; trem de aterragem/trem de pouso, em Lisboa e em Porto Alegre respectivamente). Também serve de exemplo o caso de propagandas publicitárias que não produzem efeito de sentido, muitas vezes, em diferentes países, necessitando não apenas a tradução para a língua do país de destino, mas uma adequação do contexto da propaganda à cultura local. Outro aspecto ainda que se refere a esse contexto é a denominação dos produtos, uma vez que, mesmo sendo de dois gêneros distintos, a nomeação de um produto com um nome de outro já existente pode causar confusão associativa e perda de espaço do produto, conforme exemplificar-se-á na sequência.

Assim, a necessidade de adequação da linguagem publicitária e da nomeação de produtos para a compra e venda em diferentes países, como um dos cuidados que o Gestor Terminológico deverá ter, é algo de fundamental seriedade para o êxito da comercialização do produto e rendimento à empresa. Como exemplo de empresa que tomou o cuidado ao comercializar a sua marca em diferentes países, pode-se citar a empresa brasileira U.S. Harkson do Brasil que, em 1941, cria a marca Kibon para a comercialização nacional de sorvetes e, mais tarde, a comercialização internacional com a adequação da marca para cada país: kibon (Brasil, Uruguai, Argentina), Holanda (México), Tio rico (Venezuela), Lusso (Suíça), Algida (Itália), Miko (França), Wall's (Reino Unido).

Ainda a título de ilustração da importância que representa o cuidado com a terminologia das marcas na comercialização de produtos internacionalmente, logo ilustrando o papel do Gestor Terminológico frente às empresas, estão as marcas homônimas que não se preocupam tanto com o nome de sua marca. Essas marcas, segundo a legislação, ao serem de gêneros diferentes podem receber o mesmo nome. Contudo, na prática isso não funciona muito bem, como no caso do chocolate e do picolé de nome Dove³⁰, do grupo Mars (multinacional americana), comumente associado ao sabonete de nome Dove, do grupo Unilever (multinacional anglo-

³⁰ O picolé de nome Dove é comercializado nos EUA. Sua embalagem, conforme ilustra o Apêndice A, tem uma aparência muito semelhante a da embalagem do sabonete de nome Dove (Apêndice A).

neerlandesa). Como se pode constatar, de acordo com investigações realizadas, o produto deixou de ser comercializado tanto no Brasil como em Portugal, muito talvez pela confusão associativa que se fazia do chocolate ao sabonete, pois o sabonete Dove passou a ser internacionalmente conhecido e consumido, enquanto que o chocolate nem tanto, sendo que desde o início já era comercializado com o nome de Galaxy no Reino Unido, na República Irlandesa e no Oriente Médio. Isso demonstra o papel que os profissionais da Terminologia e do Marketing exercem ao divulgarem os produtos e as marcas da empresa em que atuam. Outro exemplo, ainda, é a comumente associação das fraldas Lindor, produzidas pela Arbora e Ausonia (Espanha/Portugal), com o chocolate Lindor produzido pela Lindt, marca criada em 1845 e comercializada mundialmente.

Ainda com relação às competências necessárias ao Gestor Terminológico, salienta-se a contribuição de Castilho (1997, p. 19), quem apresenta sete características como fundamentais para a equipe responsável pela criação de um produto terminográfico e que podem ser associadas ao trabalho do Gestor Terminológico. Dentre as características, destaca-se a importante formação linguística do responsável da equipe, justamente pelas suas habilidades em saber lidar com as inúmeras variáveis que circunscrevem o escopo do léxico especializado.

Ao ganhar especial destaque, neste trabalho, as competências do Gestor Terminológico em contexto empresarial, é possível ainda retomar as palavras da pesquisadora Contente (2010, p. 3), a qual também refere o conhecimento da língua de trabalho, podendo ser mais do que uma, e dos fundamentos da Linguística como cruciais para o trabalho aplicado em Terminologia. Em consonância, defende ainda a necessidade do domínio pleno dos princípios teóricos de Terminologia, das questões relacionadas à Terminografia, bem como o domínio das ferramentas de gestão terminográfica. Além disso, assume como imprescindível o conhecimento de base em Informática e em técnicas documentais. Dentre estes aspectos de destaque para a autora, salienta-se a relevância do manejo da terminologia informatizada com vistas à produção de ferramentas terminográficas informatizadas.

No âmbito do conhecimento teórico em Terminologia como competência do Gestor Terminológico para o trabalho com termos em contextos profissionais de empresas, Cabré (2010, p. 6-8. Tradução nossa) destaca os fundamentos mínimos que devem ser respeitados, os quais devem ser considerados pelo Gestor ao trabalhar em empresas. São eles:

a) Fazer terminologia supõe aplicar uma metodologia específica para identificar e recopilar os termos de uma área de especialidade; [...] b) Um termo é a associação de uma forma e um conteúdo; [...] c) A forma e o conteúdo dos termos apresentam uma dupla sistematicidade: em relação à língua geral e também em cada área de especialidade; [...] d) Os termos são sempre específicos a uma temática, de forma que não há termo sem área de especialidade, porém esse fato não quer dizer que os termos sejam utilizados em uma só área de especialidade; e) Em cada área de especialidade os termos estão conectados entre si por diferentes tipos de relações; [...] f) Todo o trabalho terminológico é, pelo menos inicialmente, descritivo. Fazer terminologia significa recopilar os termos usados efetivamente na comunicação especializada. Somente depois da descrição, [...] um trabalho passa a ser prescritivo, porque sua finalidade não é a de refletir o uso, mas sim a de orientá-lo. g) Os termos recopilados em um trabalho descritivo provêm de uma fonte real, ou seja, foram coletados em textos especializados, em discursos orais de especialistas ou em pesquisas terminológicas; [...] h) Todos os termos, sem exceção, estão associados a uma categoria gramatical, fato que não impede que, quando aparecem no discurso, possam assumir o funcionamento de outra categoria. Em uma concepção de terminologia exclusivamente denominativa, a categoria básica a qual estão associados os termos é fundamentalmente a nominal; [...] i) Todos os termos admitem um definição, a qual se concretiza com precisão somente em uma área de especialidade e nunca de forma abstrata. j) Os termos podem assumir valores pragmáticos de ordem distinta, mais ou menos diversos segundo os propósitos do trabalho terminológico e os pressupostos teóricos nos quais se fundamenta; [...] k) Um termo pode apresentar variantes denominativas em relação de sinonímia; essas variantes podem ter os mesmos valores pragmáticos ou valores diferentes, e podem representar o mesmo conteúdo ou aspectos diferentes de um mesmo conceito; [...] l) Um trabalho terminológico conduz sempre a uma aplicação: uma lista de termos, um glossário, um dicionário, a resolução de uma consulta, uma listagem normalizada, etc.

Os fundamentos citados pela autora, - alguns já detalhados nas linhas anteriores, como a escolha ou aplicação de uma metodologia específica ao contexto de atuação; o conhecimento do todo da operação da empresa, o que significa conhecer o organograma da empresa e as relações de trabalho e comunicação que se estabelecem entre os diferentes setores; a orientação ou a harmonização da terminologia recorrente na empresa; a produção de instrumentos terminográficos voltados aos interesses da organização e ao perfil dos usuários -, validam a descrição das características e competências que um Gestor Terminológico necessita para o trabalho em empresas.

Nesse contexto, os Gestores são especialistas no tratamento dos nódulos lexicais especializados envolvidos na comunicação das empresas capazes de organizar a sua documentação e a terminologia recorrente e, acima de tudo, produzir ferramentas terminográficas de trabalho que sejam capazes de facilitar a comunicação e o trabalho diário.

Assim, dada a necessidade de concretizar projetos inovadores nas mais diferentes áreas que envolvem o conhecimento e o tratamento de termos técnico-científicos, é que se configura o papel do Gestor Terminológico. De sorte, muitas das funções dos profissionais que lidam com terminologias estão se consolidando, determinadas por uma economia de mercado: traduções técnicas, redações de contratos, manuais de produtos tecnológicos e, inclusive, algumas tarefas de padronização no âmbito de grandes empresas (KRIEGER, 2006, p. 159). Não obstante, segundo a autora, organizações passaram a perceber a importância da harmonização de sua linguagem, que se torna estratégia de competitividade para o mundo dos negócios em tempos de globalização, abrindo espaço para o trabalho de pessoas qualificadas como os terminólogos.

Destaca-se ainda que o verdadeiro terminólogo, num sentido clássico, é aquele que dá nome a um processo, o qual apresenta o âmago, o sentido do objeto criado e designado. Contudo, contemporaneamente, a denominação de terminólogo - Gestor Terminológico - vem sendo usada também como sinônimo da pessoa que lida com terminologias, por pressupor-se que ele está habilitado a tratar das questões que envolvem o termo após a sua criação.

Para Silva Filho (2010, p. 1), o terminólogo é um especialista que analisa e descreve a relação conceito-termo. Sua reflexão sobre o seu papel circunscreve-se nas atribuições que ele desempenha como profissional nas organizações privadas, fato que o leva a afirmar que:

O desempenho do trabalho de um terminólogo tanto na empresa quanto na indústria está intimamente ligado, entre outros motivos, à necessidade da sistematização e da gestão da informação. Nesses setores, a utilização de uma comunicação clara, objetiva e eficaz implica numa empresa mais competitiva capaz de realizar boas vendas, oferecer no mercado produtos de qualidade que possam satisfazer às necessidades do consumidor e apresentar um marketing aliciente capaz de conquistar novos consumidores (SILVA FILHO, 2010, p. 2).

O Gestor Terminológico em contexto profissional de empresas, nesse sentido, tem como atribuições lidar com a informação produzida por todos os seus setores, sendo o responsável por estabelecer um elo de ligação entre todos os funcionários (diretores, chefes de departamentos e outros funcionários) da empresa, por meio da unificação da

comunicação (SILVA FILHO, 2010, p. 3). Para que isso ocorra e para a obtenção do êxito de seu trabalho na organização e divulgação da terminologia tanto interna quanto externa, ele deverá conhecer a organização e o funcionamento da empresa, bem como a missão dela, pois a terminologia empregada está diretamente ligada à sua missão (MÜLLER, 2011).

Ainda nesse âmbito, apesar de toda a formação, bem como funções que o profissional em Terminologia pode desempenhar em contexto profissional de empresas, é necessário mostrar aos seus responsáveis, conforme assinala Warburton (2007, p. 1), o papel que o Gestor Terminológico é capaz de desempenhar na instituição e o retorno financeiro que a terminologia sistematizada poderá representar aos seus cofres.

Afirmadas as funções e os benefícios provenientes do trabalho de um Gestor Terminológico em uma empresa, enfatizam-se as tarefas a serem desenvolvidas para a organização e o reconhecimento da terminologia como atribuições de um perfil de profissional que se capacita atualmente, quais sejam:

- a organização da documentação;
- o levantamento dos termos;
- a recolha de dados sobre os termos e suas variantes;
- a análise e a organização dos dados recolhidos em fichas terminológicas e banco de dados;
- as reuniões de trabalho para a harmonização da terminologia; e
- a criação e supervisão de mecanismos de divulgação da terminologia – ferramentas terminográficas.

Isso tudo resume-se às tarefas que o Gestor Terminológico poderá desempenhar em uma empresa e que, nesta tese, denominam-se como o Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE).

Cabe ainda definir qual o entendimento teórico que se adota para o conceito de harmonização tão importante para o cumprimento do propósito desta tese e para a prática do GTE. Seguindo o raciocínio de Barros (2004, p. 88), a harmonização pode ser

tomada como o “resultado de um acordo estabelecido sobre o uso de conjuntos terminológicos empregados em um dado domínio”, com o intuito de evitar ambiguidades e tornar a comunicação mais eficaz e fácil. A autora vai além e afirma que:

A harmonização terminológica procura adequar, modificar ou consagrar o uso de determinados termos a situações ou contextos. Pode ser processada no âmbito de uma empresa ou outro tipo de órgão e constitui um meio caminho entre a normalização (mais impositiva, feita por especialistas da área, normalmente, por organismos nacionais ou internacionais) e a recomendação pura e simples (BARROS, 2004, p. 88).

Contudo, vale lembrar que essa prática de harmonização é praticamente desconhecida em nosso meio, mas é uma importante e eficaz alternativa para a resolução dos problemas comunicacionais terminológicos que ocorrem no interior de uma empresa, os quais o Gestor Terminológico deverá ter plenas condições de resolver.

Por fim, cabe destacar o conceito de Gestor Terminológico adotado nesta tese como o profissional especialista em trabalhar com os nódulos lexicais especializados envolvidos no processo comunicacional das empresas, sendo capaz de organizar a documentação e a terminologia recorrente das empresas, bem como de criar ferramentas terminográficas que solucionem ou que auxiliem nos problemas de comunicação das empresas.

A este conceito associa-se também as competências que o Gestor Terminológico deve adquirir para desempenhar com destreza seu papel nas empresas: competência cognitiva (conhecimento especializado da área de atuação); competência linguística (conhecimento formal da língua ou das línguas); competência sociofuncional (conhecimento das adequações de uso das ferramentas terminográficas); competência metodológica (conhecimento e habilidades para o uso de ferramentas terminográficas); e competência intercultural (conhecimento da realidade cultural dos países de atuação da empresa e suas implicações linguísticas).

4 ESTUDO DE CASO: EMPRESA DE MANUTENÇÃO DE AERONAVES

Nesta tese, um de seus objetivos é aliar os estudos da Terminologia à sua prática, a fim de reconhecer o estatuto das unidades lexicais que circulam nas empresas, bem como estabelecer as diretrizes para um trabalho aplicado de Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE). Por se tratar de uma atividade inovadora na área, cabe a criação de uma metodologia de pesquisa que dê conta desses objetivos. Nesse sentido, assim como foi imprescindível, no Capítulo 3, descrever a caracterização das empresas e a organização da economia do país, bem como a atuação do Gestor Terminológico na criação de ferramentas terminográficas na empresa, entre outros aspectos, neste capítulo faz-se necessário conhecer mais detalhadamente a organização da empresa como condição para o alcance dos objetivos desta tese. Cabe destacar que nem tudo em Terminografia pode ser estabelecido a priori e que ela apresenta como etapa metodológica basicamente a coleta terminológica, o tratamento e a divulgação da terminologia (RONDEAU, 1984).

Para a criação das diretrizes do GTE, é necessário considerar o tipo de terminologia de uma empresa e, para isso, é importante olhar para a sua finalidade, o seu organograma e seu universo de discurso. Desse modo, o estudo de caso confirma-se como uma forma de verificar, na prática, a organização de uma empresa e o emprego de sua terminologia.

Dois eixos (pilares) são considerados neste estudo de caso:

- a) a organização estrutural das empresa, tendo em vista que se relacionou o reconhecimento da terminologia da empresa e o seu organograma; e
- b) a identificação de modos e/ou problemas de comunicação, tendo em vista o uso compartilhado ou não de terminologias.

A Y³¹ Manutenção e Engenharia Brasil (Y M&E Brasil), importante empresa internacional do setor de manutenção de aeronaves, é a empresa selecionada para este estudo, por ter se mostrado de fácil acesso à investigação e por ter na sua base de organização a utilização de um sistema de gestão da informação, o SAP R/3, desenvolvido pela empresa alemã SAP, o qual se conforma como uma importante ferramenta de gestão da informação para a organização. A empresa é uma multinacional, tem sede na Grande Porto Alegre (filial), sendo de médio a grande porte.

O objetivo dessa observação é conhecer a organização e as atribuições da empresa e o processo de comunicação e sua terminologia empregado na execução do trabalho diário, o qual é registrado por intermédio desse sistema de gestão. Nesse sentido, são descritos aspectos como: ramo de atividade da empresa; missão; visão; organograma; número de funcionários; principais cargos e funções; processo de comunicação entre os funcionários e diferentes setores; controle dos serviços executados; tipos de documentos mais empregados; áreas do conhecimento mais utilizadas no dia a dia; tipo de informações necessárias para o trabalho diário; maiores dificuldades de comunicação; possibilidades de melhorias do ambiente de trabalho; razões para o uso do sistema SAP R/3; vantagens e desvantagens percebidas com o sistema; principais dificuldades na utilização diária do sistema e o seu aproveitamento pelos diferentes setores.

Salienta-se que essas informações são importantes para:

- a) identificar e descrever o modo de organização da empresa e o registro das informações dos setores; e
- b) descrever, por meio da análise do sistema de gestão, aspectos da linguagem especializada presente na comunicação que se estabelece na empresa;

Desse modo, segue a descrição realizada a partir da análise das informações contidas no site oficial da Empresa de MRO, bem como de uma visita técnica realizada

³¹ Uma das condições para o desenvolvimento do trabalho imposta pela Empresa foi a não divulgação do seu nome comercial. Assim, usar-se-á a denominação Y para a Empresa, ou como sinônimo Empresa de MRO, Empresa, ou ainda Y M&E Brasil.

no seu setor de Planejamento para a observação do uso e do funcionamento do sistema SAP R/3.

4.1 Descrição da organização da empresa

A Y Manutenção e Engenharia Brasil, controlada pelo Grupo Y Portugal desde novembro de 2005 e desde 2009 subsidiária brasileira da Y Manutenção e Engenharia Portugal, está entre uma das dez maiores empresas de manutenção, reparo e revisão geral de aeronaves e componentes (MRO - *Maintenance, Repair and Overhaul*) da atualidade. Fundada em 1927 pela VARIG, possui hoje mais de 80 anos de reconhecimento internacional.

A Y M&E Brasil destaca-se entre as maiores empresas globais de MRO, que pode oferecer ao cliente a opção do conceito *nose-to-tail*. Com duas subsidiárias de manutenção no Brasil, uma em Porto Alegre e outra no Rio de Janeiro, para se manter no top das empresas do mundo no setor, ela investe na capacitação e reciclagem de sua equipe, bem como no treinamento de profissionais das empresas clientes.

Sua missão é traçada da seguinte forma: “Prosseguindo uma orientação estratégica cuja prioridade é a satisfação das expectativas dos Clientes, a Y procura continuamente proporcionar-lhes as melhores e mais fáceis soluções para as suas viagens, agregando cada vez mais valor ao produto que lhes oferece”^{32 33}.

Sua visão, enquanto empresa do ramo aéreo, é descrita como:

A Y pretende tornar-se, cada vez mais, numa companhia aérea de referência na cena internacional, aproveitando todas as oportunidades de negócio dos mercados em que compete e diferenciando-se pela sua eficiência operacional e qualidade de serviços. A Empresa visa constituir, em cada momento, a melhor opção para as viagens dos seus Clientes, assim como assegurar ao seu Acionista os mais adequados níveis de rentabilidade e aos seus trabalhadores as melhores condições de desenvolvimento profissional.³⁴

³² <http://www.flyY.com/Brasil/pt/Empresa/AY/> Acesso em: 04 fev. 2011.

³³ Todos os sites referentes à empresa foram alterados, conforme a nomeação dada neste trabalho.

³⁴ <http://www.flyY.com/Brasil/pt/Empresa/AY/> Acesso em: 04 fev. 2011.

A empresa brasileira, nas suas duas unidades de manutenção, conta com aproximadamente 2650 funcionários³⁵. Possui dezenas de oficinas especializadas e laboratórios de calibração, o que permite que seus serviços sejam certificados pelas principais autoridades aéreas do mundo: ANAC, no Brasil, FAA, nos Estados Unidos, EASA, na Europa, e de todos os países em que tem clientes.

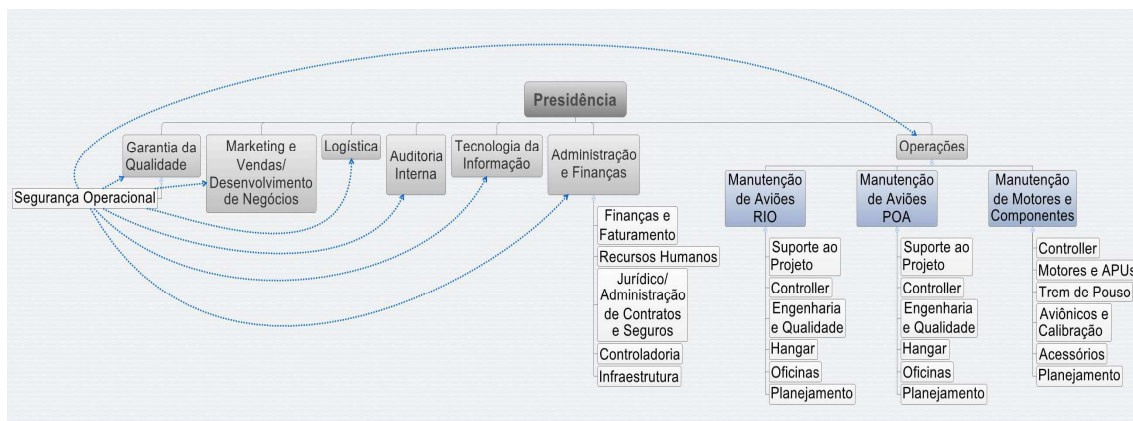
Certificada e qualificada, atende inúmeros clientes de todo Brasil, como TAM, Azul, Gol, Trip, FAB, EMBRAER, VARIG, Meta, NHT, Ocean Air, Passaredo, Puma Air, Rico, Safra, TAP, Total e de todas as partes do mundo para fazer a manutenção de suas aeronaves e também a transformação das mesmas em aeronave de passageiro para cargueiro e de cargueiro para passageiro. Possui uma capability list (relação de peças, partes e seus serviços autorizados) com mais de 17000 itens, estando homologada para toda linha de aeronaves Boeing, Airbus, Douglas, Embraer, Legacy e Fokker, muito devido às parcerias estratégicas com empresas como a Honeywell, Northrop-Grumman-Litton, Hamilton Sundstrand, Goodrich, e outras, das quais é repair authorized center.

A empresa objetiva, assim, executar serviços de engenharia e manutenção de aeronaves e seus componentes, com elevado nível de qualidade e pontualidade, com prazos e preços competitivos com o mercado internacional e em conformidade com os requisitos das autoridades aeronáuticas, o que faz com que ela deva adotar a terminologia oficial da aviação e com ela a precisão em utilizar os nomes e os seus devidos conceitos; fato esse que demonstra o papel que tem a terminologia no interior da empresa. Para dar conta desse objetivo, a empresa está organizada, conforme seu organograma³⁶, da seguinte maneira:

³⁵ Dados obtidos com a empresa no ano de 2011/2012.

³⁶ <http://www.Yme.com.br/index.asp>. Acesso em: 07 fev. 2011.

Figura 5 - Organograma da empresa Y M&E Brasil



Fonte: elaborado pela autora.

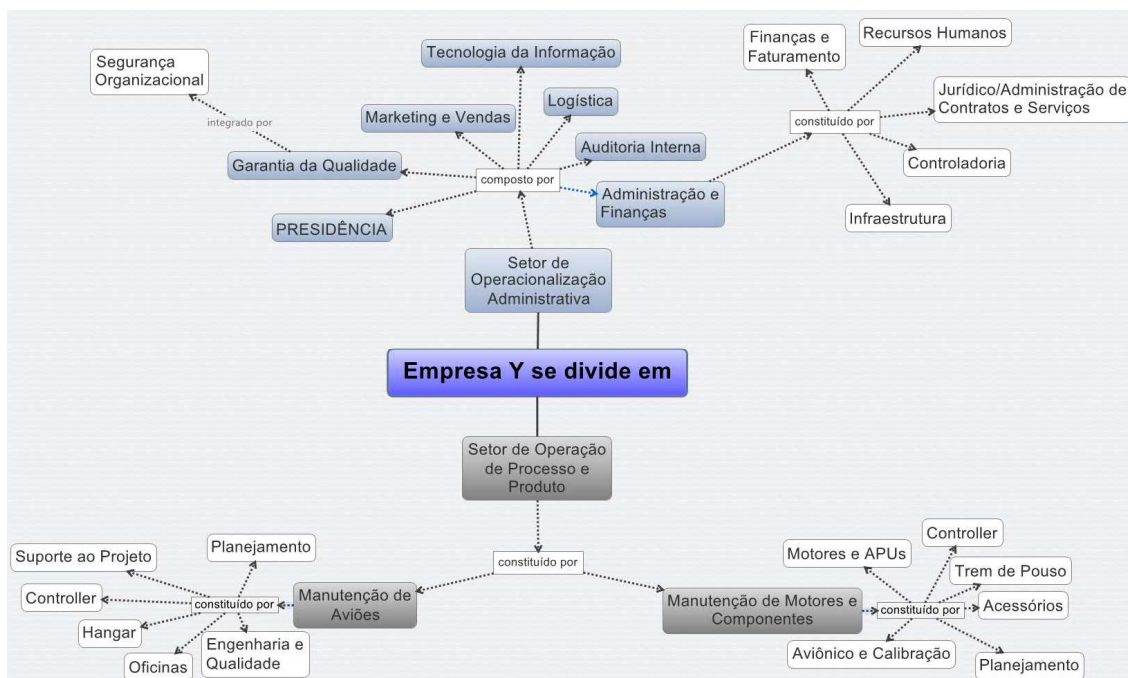
As duas unidades de manutenção da Y M&E Brasil possuem a mesma estrutura organizacional, conforme ilustra o organograma acima. Gerenciada por um presidente, ela se subdivide nos setores de Garantia de Qualidade (1); Marketing e Vendas/Desenvolvimento de Negócios (2); Logística (3); Auditoria Interna (4) (responsável pelo bom andamento da empresa num sentido de qualidade dos negócios e das informações); Tecnologia da Informação (5) (responsável pela manutenção e funcionamento do Sistema de Gestão da Empresa – o Sistema SAP R/3). Além destes, há outros dois grandes setores: um da Administração e Finanças (6) com suas ramificações (Finanças e Faturamento; Recursos Humanos; jurídico/administração de Contratos e Seguros; Controladoria; Infraestrutura), responsável pelo setor financeiro da empresa e suas implicações jurídicas, e outro das Operações (7) que se relaciona diretamente com a finalidade da empresa: manutenção, reparo e revisão de aeronaves. O setor de Operações, contudo, se subdivide em Manutenção de Aviões e Manutenção de Motores e Componentes. O segmento³⁷ Manutenção de Aviões engloba de um lado o Suporte de Projeto e de outro o Controller, Engenharia de Qualidade, Hangar, Oficinas e Planejamento. Já o segmento Manutenção de Motores e Complementos, responsável por todas as partes móveis da aeronave (peças) e pelos motores, é composto pelos seguintes setores: Controller, Motores e APUs (Auxiliary Power Units), Trem de Pouso, Aviônicos e Calibração, Acessórios e Planejamento.

³⁷ Os termos setor e segmento são empregados como sinônimos nesta tese e representam cada departamento de organização da empresa.

Observando a descrição dos sete grandes setores que constituem o organograma da empresa, o setor que se refere à execução do objetivo aplicado de manutenção, reparo e revisão de aeronaves e da missão da Empresa de MRO é o setor de Operação (7) e que os demais setores são os responsáveis por fazerem a empresa, enquanto uma organização que visa ao exercício de uma atividade específica de produção de bens ou serviços, com finalidade lucrativa (MOTTA e VASCONCELOS, 2000, p. 42), dar conta da sua finalidade de execução/prestação de serviço.

Do ponto de vista da linguagem especializada e da comunicação no interior da organização, com base na observação do organograma da empresa e no funcionamento dos seus diferentes setores, é permitido afirmar que a empresa contempla dois grandes eixos terminológicos: o eixo da Terminologia de Operacionalização Administrativa (que são representados pelos setores 1, 2, 3, 4, 5 e 6 da Empresa de MRO) e o de Terminologia de Operação de Processo e Produto (representado pelo setor de Operação (7) com todas as suas subdivisões), conforme ilustrado no organograma abaixo:

Figura 6 – Organização setorial e terminológica da Empresa Y M&E Brasil



Fonte: elaborado pela autora.

Desse modo, para fins de descrição da Empresa e de sua terminologia, neste trabalho, observa-se a seguinte divisão setorial:

Setor A – Setor de Operacionalização Administrativa

Setor B – Setor de Operacionalização de Processo e Produto

Para a sequência desta pesquisa, o foco de observação no estudo de caso centraliza-se no denominado Setor B por estar diretamente ligado à função e à missão da empresa, necessitando, assim, ser detalhado para a compreensão do estudo de caso e da terminologia da empresa³⁸.

Desse modo, são descritos na sequência alguns segmentos integrantes do setor de Operações, conforme ilustra o organograma da Empresa, dentre eles os principais para o entendimento da prática de trabalho na Empresa, são eles: o setor de Aviônicos, de Motores e APUs, de Acessórios hidráulicos, Acessórios Mecânicos todos com suas respectivas oficinas. Além disso, há também uma descrição da oficina de estruturas, do Laboratório de Calibração Mecânica e Elétrica, do Laboratório de Análises Químicas e Metalográficas, do setor de Engenharia e de planejamento.

O setor de Aviônicos, responsável por toda a eletrônica da aeronave possui bancos de provas e equipamentos de precisão que capacita a empresa a realizar testes e reparos em aviônicos de aeronaves de última geração, sendo reparados todos os componentes eletro-mecânicos das aeronaves. Este setor conta com as seguintes oficinas: Oficina de Navegação – “trabalha com os sistemas de navegação inercial de longa distância (INS, Ômega, IRS), curta distância (ADF, VOR, ILS) e de gerenciamento de posição (TCAS)”; Oficina de Radar e Comunicação – “realiza serviços nos sistemas de rádios e equipamentos de transmissão, como VHF, HF, radares, antenas, transponders, radio-altímetros, EHSI, EADI e sistemas de entretenimento de bordo Sony e Matsushita”; Oficina de Instrumentos – “repara sistemas eletro-mecânicos (altímetros, velocímetros, giroscópios, HSI, ADI – Air Data Instruments e outros), INUs (Honeywell e Litton), piloto automático, FMS (Honeywell, Smiths) e com os gravadores de voo CVR (cockpit voice recorder) e FDR (flight data

³⁸ Todas as informações da Y M&E Brasil que seguem, marcadas e não marcadas como citação, foram coletadas do site <http://www.Yme.com.br/index.asp>. Acesso em: 07 fev. 2011.

recorder)”; Oficina de Acessórios Elétricos – “faz a manutenção dos equipamentos que compõem os sistemas de atuação elétrica das aeronaves: geradores, atuadores, switchers, relés, fornos, luzes de pouso e outros equipamentos semelhantes”; Oficina de Controles e Sensores – “trata dos sistemas de geradores de controle, sistemas anti-skid, sensores / controle de voo, baterias e carregadores, e painéis de controle”.

O setor de Motores e APUs é responsável por reparar todas as partes rotoras em APUs e motores da aviação regional. A Oficina de Motores “realiza a manutenção de motores T56 e Pratt&Whitney 118, 118A, 125B 120 e 121”. Já a Oficina de APUs “é autorizada para equipamentos Honeywell GTCP85 (séries), GTCP331-200ER, GTCP36-150A/AA, GTCP131-9B, GTCP660-4 e TSCP700, e equipamentos Hamilton Sundstrand APS500 T62-T-40C11”.

O setor de Acessórios hidráulicos apresenta as seguintes oficinas: Oficina de Hidráulicos – “dedicada à manutenção de atuadores, válvulas, reservatórios de fluidos e atuadores de trens de pouso, conta com bancos de teste de atuadores que utilizam o fluido hidráulico Skydrol para examinar atuadores de pilotos automáticos, servo-válvulas e servo-atuadores e outros sistemas. Aqui são realizados testes de atuadores de trem de pouso, portas e superfícies, comandos e válvulas hidráulicas”; Oficina de Óleo e Combustível – “conta com um dos mais modernos bancos de testes de injetores, com capacidade para testar todos os tipos de injetores utilizados em turbinas, desde APUs até motores de última geração, como os utilizados nos Boeing 777”; Oficina de Pneumáticos – “trabalha com válvulas pneumáticas, atuadores, starters, ACM (Air Cycle Machines), trocadores de calor, unidades de refrigeração, sistemas a vácuo nos lavatórios, sistemas internos de distribuição de oxigênio (máscaras, filtros, válvulas), entre outros”; Oficina de Rodas e Freios – “o Centro de Manutenção de Porto Alegre é certificado para reparos, testes e inspeções nas rodas dos EMB-120, Fokker 50, Boeing 727 e 737. No Centro de Manutenção do Rio de Janeiro são reparadas as rodas das aeronaves Boeing 727, 737, 747, 757, 767 e 777, MD-11 e DC-10. Também são reparadas as rodas das aeronaves BBJ, A300, A310, A320, A330, A340, ERJ 135, ERJ 145, EMBRAER 170, EMBRAER 190, Legacy e ATR42”.

O de Acessórios Mecânicos, por sua vez, está dividido da seguinte forma: Oficina de Trem de Pouso – “faz a revisão e restauração das partes estruturais de trem de pouso, como os sistemas de fixação e atuação com as peças que, juntamente com rodas e pneus, formam os conjuntos de trens de pouso, certificada para revisão geral dos

trens da linha B727, B737, B737NG, B747, B767, DC-10, MD-11, BBJ, EMB120, ERJ145, EMBRAER 170, EMBRAER 190, Legacy, Fokker50, ATR42. Aqui se usa a retífica Griffon GTW-U3 e o torno Geminis GE-1600S, equipamentos de última geração, que permitem reparar quaisquer conjuntos de trens de pouso de aeronaves comerciais de grande porte”; Oficina de Galvanoplastia – “realiza o tratamento galvânico de peças de grande e pequeno porte, entre outros serviços semelhantes. A finalidade pode ser a reconstituição de espessuras, recomposição de dimensões ou proteção superficial das peças”; Oficina Mecânica – “além da retífica Griffon e do torno horizontal Geminis, esta oficina ainda conta com o torno vertical Dörries para executar a retífica e usinagem de peças de grande porte”; Oficina de Componentes Mecânicos – “há uma longa lista de componentes que são revisados nesta unidade. Entre os mais importantes, estão as caixas de transmissão, escadas retráteis, carrinhos de flap, trilhos de flap, cabos de controle, sistemas de drenagem de lavatórios, unidades de força centrais e outros”; Oficina de Pintura – “pinta aeronaves de qualquer modelo, inteiras ou suas partes, restaura aeronaves clássicas, personaliza, revitaliza e aplica adesivos”; Oficinas Auxiliares de Revisão – “dedicadas aos processos especiais, como limpeza, NDT, soldas, tratamentos de superfície, balanceamento de rotores e usinagem, entre outros serviços que são prestados às oficinas principais”.

Também há as oficinas de estruturas, as quais são: Oficina de Estruturas Metálicas e Compostas – “é certificada para executar todos os serviços de reparos e manutenção em estruturas metálicas (convencionais) ou avançadas (composites) de aeronaves da Embraer, Fokker e Boeing. Flaps, slats, rudders, lavatórios, radomes, cowlings e os fairings de junção fuselagem/asas são algumas das partes mais trabalhadas”; Oficina de Interiores – “realiza reparos e modificações dos interiores, incluindo poltronas, janelas, divisórias, galleys, serviços de tapeçaria etc., que causam grande impacto para a opinião final do passageiro. Também está capacitada a criar novos interiores: padronagens de bancos e revestimentos internos, divisórias, identificação visual de interiores, novos layouts internos de aeronaves podem ser criadas sob medida”; Oficina de Equipamentos de Emergência – “cuida dos equipamentos de segurança, como as escorregadeiras de emergência, que mesmo sem serem utilizadas, a cada três anos passam por uma completa desmontagem e revisão. Máscaras de oxigênio, extintores de incêndio, garrafas de oxigênio, as escorregadeiras, os botes e outros sistemas cruciais são revisados nesta oficina”.

Do mesmo modo, existem também o Laboratório de Calibração Mecânica e Elétrica – “segue com rigor as normas do NIST (Instituto Norte-Americano de Padrões e Tecnologia) e do INMETRO Brasileiro. Aqui se faz calibração mecânica (testes de pressão hidráulica e pneumática, metrologia dimensional, aferição de temperatura e torque) e elétrica (verificação de voltagem e correntes AC/DC, resistência, frequência, capacitância e indutância). Seus sistemas de teste estão entre os mais avançados do mundo”, bem como o Laboratório de Análises Químicas e Metalográficas – “é uma área de apoio às diversas oficinas. Levanta e fornece informações relevantes quanto à condição físico-química dos materiais que estão sendo manipulados nessas oficinas, avaliando seu grau de corrosão, inflamabilidade, condutividade etc. As análises metalográficas identificam fraturas, ligas magnéticas, e tratamentos térmicos em ligas de alumínio e aço. Faz, ainda, testes não destrutivos com peças, visando a detecção de falhas, sua delaminação, medindo, também, as camadas e a contaminação por líquidos”.

Com relação ao setor de Engenharia, as principais atribuições são no setor de Projetos e de Suporte. No setor de Projeto a tarefa é desenvolver projetos de modificações ou instalações de sistemas e componentes. “Planeja e executa desde projetos de instalação de sistemas de prevenção de colisão de tráfego aéreo e radares, sistemas de vídeo e som, até a confecção e instalação de galleys, porta-casacos e divisórias”, além disso, dá suporte para a homologação do projeto junto às autoridades aeronáuticas. Com relação à Engenharia de Suporte, “dispõe do conhecimento necessário para oferecer aos seus clientes o controle continuado da aeronavegabilidade de aeronaves que possui contrato de manutenção, através de serviços de Suporte Técnico”. Suas principais atividades são: análise técnica de documentos; projeto e acompanhamento de equipamentos de terra e bancos de testes; implantação de programas de manutenção; acompanhamento da confiabilidade e programas de melhoria do desempenho de sistemas aeronáuticos e componentes; desenvolvimento de reparos especiais e homologações DER; desenvolvimento de certificação de ferramentas especiais; elaboração e manutenção de programas especiais (ETOPS, ESVM, CAT II / II.D).

O setor de Planejamento³⁹, por sua vez, é responsável por oferecer a opção de contrato de Gestão Técnica, que une o planejamento e execução de todos os serviços

³⁹ Destaca-se que foi no setor de Planejamento que foi realizada a visita técnica para a observação do funcionamento do sistema SAP R/3.

técnicos na aeronave. “Operação, checks, packs, EOs, componentes, itens especiais e até o desdobramento do plano de manutenção rotineira dos fabricantes - com o controle técnico das limitações das aeronaves”.

Para que haja o correto funcionamento e rendimento de todos os setores descritos, a empresa conta com uma função denominada de Controller que é uma pessoa responsável por gerenciar o processo de captação de receitas para a empresa. A partir de informações retiradas do sistema SAP R/3, o Controller obtém dados que lhe permitem saber qual parte da empresa está mais ociosa e qual parte está mais ocupada. Sua função é garantir que todas as partes do setor de Operações estejam equivalentes, de modo que todas gerem receita, do contrário, uma área vai trabalhar para cobrir prejuízos de outra.

A Y M&E Brasil atua tanto na Aviação Comercial como na Militar. No setor Comercial “suas equipes de produção realizam uma gama de serviços que atende a todas as necessidades dos clientes”, podendo ser descrita como: Checks Diários e Pernoites; Revisão Geral de Componentes; Projetos de Engenharia com Suporte Técnico; Projetos e Revisão de Interiores; Projetos e instalações de sistemas Aviônicos; Reparos Estruturais, Projetos e Aperfeiçoamentos; Checks A, B, C e D; Treinamento Técnico.

Na Aviação Militar, presta serviços para a Força Aérea Brasileira, revisando componentes dos aviões, bem como realizando a manutenção dos aviões presidenciais. Junto à Marinha do Brasil executa reparo nos componentes dos motores, e junto ao Exército do Brasil está em processo de homologação para revisão de acessórios da frota de helicópteros. Além das aeronaves militares brasileiras, tem clientes nas Forças Aéreas de países Latino Americanos.

Os Checks A, B, C e D referem-se à intensidade da operação de manutenção periódica de aeronaves. Também relacionado aos Checks, está o Programa de Controle e Prevenção de Corrosão (CPCP), o qual consiste em executar inspeções repetitivas como medida preventiva e de controle de danos por corrosão na estrutura das aeronaves. “As inspeções são regularmente executadas durante as grandes operações de manutenção, C e D, quando há a possibilidade de abertura de acessos e desmontagem das aeronaves”. Cabe destacar ainda que o local que serve de abrigo para as aeronaves em manutenção ou que simplesmente serve para o pernoite do avião é chamado de Hangar.

Com base na descrição da estrutura, funcionamento e principais atividades desenvolvidas em cada setor da Empresa, foi possível a observação de que ela utiliza uma terminologia que pode se encontrar dividida, conforme anunciado acima, considerando a relação com Setor A e Setor B. Cada um dos setores é responsável por distintas tarefas, respectivamente por Operacionalização Administrativa e Operacionalização de Processo e Produto. No Setor A, de acordo com as funções estabelecidas pelo organograma da empresa, a terminologia predominante refere-se à área da Administração, com suas ramificações, nas Finanças e na Jurídica. No Setor B, por sua vez, pode-se encontrar a terminologia de especialidade da Aviação Comercial e Militar, mais especificamente na esfera industrial/mecânica. Assim, o que se identificou foi:

Setor A: terminologia predominante: área da Administração, com suas ramificações, Finanças, Jurídica, TI, Marketing.

Setor B: a terminologia é de especialidade da Aviação Comercial e Militar, na esfera industrial/mecânica; refere-se à execução do objetivo aplicado de manutenção, reparo e revisão de aeronaves (Aviônicos, Motores e APUs, Acessórios Hidráulicos e Mecânicos, Oficina de estruturas, Laboratório de Calibração Mecânica e Elétrica, de Análises Químicas e Metalográficas, setor de Engenharia e de Planejamento).

Por fim, cabe destacar que as constatações linguísticas descritas, isto é, as informações sobre o léxico especializado, realizadas a partir da observação da estrutura e organização da empresa, são importantes resultados para a descrição e o reconhecimento do estatuto das unidades lexicais das empresas. Além do mais, essa descrição cumpre com parte do objetivo inicial do estudo de caso de conhecer a organização da Empresa, no quesito estrutura organizacional e linguagem.

4.2 A terminologia na Empresa de MRO

Após as informações expostas sobre a organização da Y M&E Brasil, cabe, de acordo com o objetivo do estudo de caso, descrever as principais observações feitas, as quais são referentes à execução do trabalho diário dos empregados, considerando o uso do sistema de gestão da informação: o sistema SAP R/3 (*Systems Applications and Products in Data Processing*).

Com relação ao sistema, cabe destacar que o SAP R/3 utilizado pela Empresa como software para a gestão da informação permite que todos os funcionários da empresa tenham acesso às suas informações. Ao lado do sistema, os funcionários têm acesso à intranet da empresa, ao site oficial e aos e-mails corporativos. Contudo, no sistema SAP R/3 o nível de acesso às informações é determinado pelo perfil do funcionário, ou seja, quanto maior a sua função na empresa mais acesso às informações do sistema ele terá, sendo-lhe permitido, inclusive, alterações nas informações contidas no sistema. Isso significa dizer que o SAP R/3 é um importante instrumento de controle de todas as informações administrativas e operacionais da empresa, valendo-se de terminologias no registro dessas. Consiste, portanto, em uma ferramenta que necessita de toda a atenção dos gestores, bem como do profissional da TI para que menos problemas possíveis de comunicação sejam criados.

No que se refere à terminologia oficial da aviação, ela é toda estabelecida em inglês, língua oficial de acordo com determinação do ICAO (*International Civil Aviation Organization*), órgão que regulamenta os processos relativos ao setor aéreo internacionalmente.

A ICAO padroniza terminologicamente todos os componentes da aviação, desde os maiores até as menores peças de reposição utilizadas nas aeronaves, por meio de rótulos alfanuméricos e termos designativos ou descritivos, a exemplo do termo “*Aluminum Alloy sheet 7075-0*”. Não só as peças ou componentes são designados em língua inglesa (LI), os laudos de manutenção da aeronave ou qualquer documentação oficial que pertença a ela também são escritos na língua oficial da aviação. Além disso, toda a comunicação exercida, no caso da operacionalização dos voos, entre aeronave e torre de comando é também realizada na língua oficial, indiferente de voo nacional ou internacional, ou seja, a comunicação da aviação é oficialmente em inglês.

No entanto, a comunicação realizada na empresa Y M&E Brasil, Setor de Operação (B), conforme designação realizada anteriormente, é praticamente toda em língua portuguesa, embora a exigência seja do uso da língua inglesa, havendo apenas o uso de alguns termos oficiais (em LI) não traduzidos ou vulgarizados⁴⁰ ainda. Desse modo, toda a comunicação oral da empresa é privilegiada pelo predomínio da língua portuguesa, podendo distinguir-se, segundo Rabello (2008, 2010), a presença de quatro tipos de termos: 1. termos técnicos oficiais, como *Circle Machine*, *Check Valve Assy* (mais o rótulo alfanumérico); 2. termos popularizados pela mídia, como Caixa Preta, Trem de Pouso; 3. termos criados pelos funcionários da empresa, (termos internos, segundo RABELLO, 2008, 2010), como Lambretinha (*Anti-Ice Valve*), Minissaia (*Coalescer Assy*); e 4. termos variantes⁴¹, os quais comportam variantes criados no interior da própria empresa, como *Air Circle Machine* (*Circle Machine*), *Filter* (*Filter Assy*). Salienta-se, diante dessas constatações, que esses problemas (de oralidade, de variação etc.) são os que o Gestor Terminológico poderá encontrar no interior de uma empresa e precisará saber lidar de modo a atender as necessidades terminológicas de referida empresa.

Na comunicação escrita registrada pelo Sistema SAP R/3, nos e-mails oficiais, nos laudos de serviços, nas notas de serviços há o mesmo predomínio desses quatro tipos de termos. Contudo, há alguns dos documentos oficiais escritos produzidos que devem obrigatoriamente estar preenchidos em língua inglesa, como é o caso do laudo técnico do serviço de manutenção, reparo e revisão realizado, o qual deve necessariamente ser entregue ao proprietário da aeronave ao término da manutenção.

Por questões de privacidade, não são reproduzidos esses laudos, relatórios técnicos ou ordens de serviço das aeronaves, mas é possível prever que, mesmo que os documentos oficiais apresentem a linguagem oficial, há o emprego de termos variantes, fato este que pode prejudicar ou atrapalhar o serviço de controle de qualidade da empresa prestadora do serviço e também da contratante.

Não se tratando dos documentos oficiais com a exigência oficial da língua inglesa, os demais documentos emitidos no SAP R/3 ou em outros suportes

⁴⁰ Entende-se que o termo não foi vulgarizado por não ter recebido uma variante interna ainda como o caso de Lambretinha para *Anti-Ice Valve*.

⁴¹ Cabe destacar que aqui se emprega a denominação de termo variante como tipo de termo encontrado pelo fato de o termo apresentar uma variante em inglês para a sua denominação técnica oficial em LI, ou seja, ele não representa uma variante traduzida, mas, sim, na própria língua.

operacionais, como e-mails, a língua oficial é o português, existindo, no entanto, a presença dos quatro tipos de termos descritos: técnico (+ rótulo), popularizado, interno e variante.

Resumidamente, a comunicação entre os funcionários na Empresa ocorre na forma oral, tanto entre funcionários do mesmo setor como entre funcionários de setores diferentes; e na forma escrita, com a utilização do Sistema SAP R/3, de e-mails oficiais de setor para setor, e por meio de outros tipos de documentos de acordo com a necessidade diária. Os textos empregados pela empresa são basicamente as instruções normativas dos órgãos da aviação nacional e internacional, as instruções, os regulamentos, as circulares, os ofícios, os comunicados, os manuais determinados pela própria Y Portugal, e, principalmente, para o Setor de Operações, os documentos mais empregados são os manuais das peças e das aeronaves, ambos na língua oficial da aviação, muitos deles emitidos pelos fabricantes das aeronaves, como o Manual da Boeing, entre outros.

Em síntese, refere-se que a terminologia da aviação empregada na empresa em análise é oficialmente de língua inglesa, mas se observa que extraoficialmente de língua portuguesa, caracterizada por termos técnicos em inglês (+ rótulos), termos popularizados, termos internos e termos variantes, em especial no Setor B – Operacionalização de Processo e Produto. No que se refere ao Setor A da Empresa, por tratar de questões de Administração, Contabilidade, Direito e outras, a terminologia é mista⁴², tomada aqui como característica de uma terminologia de empresa, uma vez que esta apresenta diversos setores organizacionais para o seu funcionamento, sete neste estudo de caso, e todos são caracterizados por se valerem de conhecimentos especializados para darem conta da sua função, como conhecimento de Teoria de Administração no setor de Administração e Finanças (6, conforme organograma da Figura 5), de Informática e Tecnologia da Informação no setor de Tecnologia da Informação (5, conforme organograma da Figura 5) etc.

Cabe ainda destacar que a Y M&E Brasil, empresa homologada pelos mais importantes órgãos de regulação aérea do mundo, não apresenta uma terminologia formalmente estabelecida para a sua utilização diária, embora ela siga as denominações impostas em língua inglesa pelos órgãos reguladores, pelos manuais dos fornecedores,

⁴² O estudo na Empresa de MRO não se focou no denominado Setor A, contudo, as observações realizadas na intranet da empresa e no próprio site permitem tal afirmação.

pelos documentos da aeronave. Isso quer dizer que internamente a Empresa não apresenta uma terminologia organizada com ferramentas terminográficas, como glossários com a terminologia da aviação em LI e seus equivalentes em LP para os funcionários que não dominam a língua oficial, mas que trabalham na empresa. Quer dizer também que a empresa, por lidar com a questão de ser uma multinacional e ter de usar obrigatoriamente a LI em seus documentos oficiais, não apresenta nenhum tratamento terminológico que vise à harmonização da linguagem na empresa.

Tal fato consente que a tradução dos termos oficiais para o português seja uma prática constante, o que permite que o termo seja traduzido e utilizado de diferentes formas pelos funcionários da empresa. Isso resulta numa variação muito grande, fato que prejudica o andamento do trabalho. Por exemplo, o termo oficial da aviação, integrante do Manual da Boeing, *Coalescer Assy* recebe a denominação no interior da Empresa de MRO de “filtro”, “minissaia” e “saco do Artur”, e estão presentes não só na oralidade como também nos documentos que integram o sistema de gestão da informação, o SAP R/3. Outro termo que serve de exemplo é o *Aluminum Alloy Sheet*, cuja denominação alfanumérica é 7075-0 (também conhecida por *part number* - número que indica o componente, correspondendo sempre ao nome em inglês). Nas figuras que são apresentadas a seguir é possível perceber a variação denominativa do termo técnico empregado de quatro modos diferentes no SAP R/3, não sendo nenhum deles a denominação técnica, conforme afirma o especialista da área quando da disponibilização dos materiais da Empresa.

De acordo com as Figuras 7, 8, 9 e 10, o termo técnico oficial da aviação *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*, no interior da empresa, tanto na oralidade quanto na escrita, recebe a denominação de Caverna (Figura 7), de Chapa de Alumínio (Figura 8), de Chapa (Figura 9) e de Barra Retangular de Alumínio (Figura 10). É possível afirmar que ambos são variantes porque todos apresentam o registro no sistema SAP R/3, além da denominação informal, termo numérico (*part number 7075-0*) que integra o termo oficial (*Aluminum Alloy Sheet 7075-0*). Destaca-se que este termo, que denomina uma peça, na aviação, tem como função proteger a tubulação da aeronave que fica localizada no porão do avião (bagageiro de carga); tem um processo de produção nas oficinas da Empresa de MRO, e segue várias etapas, dentre elas a modelagem em máquinas de usinagem, recozimento em forno por 24h, pintura com tinta antiferrugem (alodine) e acabamento em primer. (O termo, na realidade, descreve uma chapa de alumínio, várias

peças são feitas a partir dela, para fins de nomenclatura oficial, todas as partes recebem o nome da chapa).

Figura 7 – Tela do sistema SAP R/3 -Variante Caverna denominada ao termo *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*.

Seleção

Material: 7075-0:ANY (highlighted with a red box and arrow)

CAVERNA

Fabricante externo: ANY

Tip. material: ZREC ZREC - Recuperáveis

Unid. medida: CDA Unid. medida básica: CDA

Visão geral de estoques

Exibição detalhada

Mandante / empresa / centro / depósito / lote / lote especial	De utiliz. livre	Ctrl. qualidade	Reservado	Reserva entradas	Estoque em pedido	Consig. pe...
Total						
1100 TAP M&E Brasil						
POA Centro Porto Alegre						
S152 Mecanica						
M015634025						
Estoque por ordem do cliente					4,000	
S195 Pintura						
M015639388						
Estoque por ordem do cliente					1,000	
S604 GAA Hang 4						
M015530820						
Estoque por ordem do cliente					3,000	
S612 GAA Hang 1 e 2						
M015530820						

Fonte: Sistema SAP R/3 da Empresa de MRO.

OBS: A palavra Any, colocada depois dos dois pontos, no final do termo, marcado em vermelho, indica que existe o que os técnicos da empresa chamam de equivalente para a peça, material ou componente, ou seja, existe a possibilidade de alternativas para o material. Os termos que não apresentam o Any não têm equivalentes, assim, apenas eles podem ser usados.

Figura 8 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Chapa de Alumínio denominada ao termo *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*.

Visão geral de estoques: lista básica

Seleção

Material: **7075-0:ANY** (highlighted in red box with a red arrow pointing to it)

CHAPA DE ALUMINIO

Fabricante externo: ANY

Tip. material: ZCON ZCON - Consumíveis

Unid. medida: KG Unid. medida básica: KG

Visão geral de estoques

Exibição detalhada

Mandante / empresa / centro / depósito / lote / lote especial	De utiliz. livre	Ctrl. qualidade	Reservado	Reserva entradas	Estoque em pedido	Consig. pe...
Total	21,096					
1100 TAP M&E Brasil	21,096					
GIG Centro Galeão	9,244					
S301 Almox Principal C318	9,244					
0000200540	0,266					
0000207986	8,978					
POA Centro Porto Alegre	11,852					
S101 Almox Principal	11,852					
0000253971	11,852					
S152 Mecanica						
M015630849						
Estoque por ordem do cliente	1,000					
SG04 GAA Hang 4						
0000015700						

SAP

11:07
22/02/2011

Fonte: Sistema SAP R/3 da Empresa de MRO.

Figura 9 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Chapa denominada ao termo *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*.

Visão geral de estoques: lista básica

Seleção

Material: **7075-0-ANY** (highlighted in red box) CHAPA Fabricante externo: ANY

Tp.material: ZCON ZCON - Consumíveis

Unid.medida: KG Unid.medida básica: KG

Visão geral de estoques

Exibição detalhada

Mandante / empresa / centro / depósito / lote / lote especial	De utiliz.livre	Ctri.qualidade	Reservado	Reserva entradas	Estoque em pedido	Consig.pe...
Total	27,680					
1100 TAP M&E Brasil	27,680					
GIG Centro Galeão	7,000					
S301 Almox Principal C30A	7,000					
0000145762	7,000					
U391 Chapeamento						
0000126380						
Estoque por ordem do cliente	1,000					
POA Centro Porto Alegre	20,680					
S101 Almox Principal	20,680					
0000145762						
0000251361	20,680					
S122 Medição e Contr						
RA UNICENTRO						

SAP

11:08
22/02/2011

Fonte: Sistema SAP R/3 da Empresa de MRO.

Figura 10 – Tela do sistema SAP R/3 - Variante Barra Retangular de Alumínio denominada ao termo *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*.

The screenshot displays the SAP R/3 interface for the 'Visão geral de estoques: lista básica' (Basic Stock Overview) for material '7075-0:ANY'. The material name is highlighted in a red box, and a red arrow points to it. The material description is 'BARRA RETANGULAR DE ALUMÍNIO' and the manufacturer is 'ANY'. The material type is 'ZCON' (Consumíveis) and the unit of measure is 'KG'.

The 'Visão geral de estoques' section shows a table with the following data:

Mandante / empresa / centro / depósito / lote / lote especial	De utiliz.livre	Ctrl.qualidade	Reservado	Reserva entradas	Estoque em pedido	Consig.pedido
Total	9,904					
1100 TAP M&E Brasil	9,904					
POA Centro Porto Alegre	9,904					
S152 Mecanica	9,904					
CARGA	9,904					
Estoque por ordem do cliente	8,816					

Fonte: Sistema SAP R/3 da Empresa de MRO.

Essa variação terminológica, ilustrada nas telas do sistema SAP R/3 nas Figuras 7, 8, 9 e 10, ocorre em grande parte no momento do cadastro dos componentes aeronáuticos no software de gestão, o sistema SAP R/3, e também no próprio preenchimento dos documentos no sistema, no dia a dia de trabalho. Muitas vezes, o que acontece, conforme relato dos funcionários da Empresa de MRO em visita ao local, é que o responsável pela inclusão dos dados relacionados aos componentes das aeronaves, dos processos e procedimentos de manutenção no sistema, com o intuito de facilitar a consulta e preenchimento das informações de trabalho para os usuários/funcionários, traduz os termos provenientes da língua inglesa. Contudo, ocorre mais de uma tradução para o mesmo termo, como caso do 7075-0, e a recuperação da informação acaba sendo prejudicada, pois o usuário do sistema poderá não saber que se trata de uma variante (Figuras 7 a 10) e achar que são termos, logo, peças diferentes.

Neste trabalho, o foco principal de análise do processo de utilização do sistema SAP R/3 foi no setor de Operação (6, conforme organograma da Figura 5) por ser diretamente o responsável prático pela manutenção, revisão e reparo da aeronave, a missão da Empresa. Mais especificamente, o estudo de caso se deu no setor de Planejamento, integrante do setor de Operação, no qual o acesso ao sistema pelos funcionários é amplo, sendo inferior basicamente ao setor da Presidência. O setor de Planejamento, com a função de Gestão Técnica, une o planejamento e execução de todos os serviços técnicos na aeronave, o que faz com que a quantidade de informações que circula pelo setor é enorme e de uma complexidade sem tamanho.

O setor é responsável por fazer desde o orçamento para o reparo da aeronave, a verificação da disponibilização de tempo, espaço (hangar e oficina), mão de obra, peças, até a execução total da manutenção com a liberação, se necessário, dos órgãos superiores da aviação. Para isso, o sistema é composto de várias telas de trabalho, variando de acordo com a necessidade específica de cada unidade de trabalho.

Em resumo, fisicamente, conforme pesquisa realizada *in loco*, para a manutenção da aeronave é necessário o hangar, as oficinas e os laboratórios, além do setor de almoxarifado onde ficam guardadas as peças para reposição. Em se tratando da revisão ou manutenção da aeronave, ela fica alojada no hangar, local em que são feitos os reparos de estrutura externa e interna. Já se forem apenas reparo de componentes ou peças, elas ficam acomodadas nas oficinas. De todo modo, o primeiro passo a ser executado pelo funcionário, quando da chegada da aeronave para manutenção ou

reparo, é verificar qual foi a pane sofrida e emitir o primeiro laudo para possível reparo. Este laudo é emitido pelo funcionário que tem um perfil de usuário/funcionário no sistema SAP R/3, tornando informatizado todo o procedimento realizado com a aeronave. Após é elaborado orçamento do reparo por outro perfil de usuário/funcionário no sistema e este é enviado para o cliente, dono da aeronave, que o aprova ou não. Sendo aprovado, o setor de Planejamento libera o início da execução do trabalho, tudo pelo sistema. Novamente a aeronave é examinada para verificação correta da pane e início dos trabalhos em hangar ou em oficina, ou em ambos os locais, tudo controlado pelo SAP R/3. Todas essas etapas descritas são acompanhadas diariamente pelo Setor de Planejamento, pois variações de prazo, laudo técnico, utilização e vida útil das peças podem dificultar e atrasar a execução do trabalho.

Conforme o relatado pelos funcionários, esses dois laudos iniciais já apresentam variação terminológica. Por exemplo, no primeiro laudo pode aparecer que há um problema na Válvula e no segundo que há um problema na *Anti-Ice Valve*. Isso, para alguém não tão familiarizado com a Empresa pode ser um grande empecilho de trabalho, do mesmo modo que para alguém que já trabalha na Empresa pode significar tempo de trabalho, tendo que consultar colegas para saber o que é uma Válvula e o que é uma *Anti-Ice Valve* e qual a diferença entre as duas. Outro problema que ocorre se o sistema for preenchido somente com o termo Válvula diz respeito ao fato de que a aeronave possui mais de uma válvula, podendo ser ela *Anti-Ice Valve*, *Check Valve Assy*, *Electropneumatic Outflow Valve*, entre outras.

Não só esses são os problemas constatados no SAP R/3. Se o primeiro laudo for preenchido com informações corretas e com terminologias harmonizadas, com termos técnicos acompanhados de seu rótulo alfanumérico (chamado oficialmente de *part number*), muitos problemas e horas de trabalho dos diferentes profissionais podem ser diminuídos. No caso ainda do primeiro laudo para orçamento, o profissional deverá verificar a aeronave e o possível local da pane para poder diagnosticá-la. Cabe a ele, neste momento, fazer a correta descrição do problema, pois, do contrário, no seguinte laudo, será necessário o mesmo serviço para a correta verificação do problema para somente depois ser realizada a tarefa. Isso pode ser ilustrado com o componente Válvula em que se o primeiro profissional apenas colocar pane na válvula, o segundo deverá examinar todas para saber se foi pane na *Anti-Ice Valve*, *Check Valve Assy* ou *Electropneumatic Outflow Valve*.

Em síntese, destaca-se que todos esses problemas encontrados devem se tornar objeto de reflexão para o Gestor Terminológico no momento de seu trabalho com os termos. Dentre os problemas comunicacionais identificados na empresa, destaca-se a obrigatoriedade com a língua inglesa, o que é um fator que se reflete diretamente na organização e na variação terminológica da empresa. Este fato faz com que os funcionários criem adaptações terminológicas, as quais dificultam, em muito, o próprio trabalho, como descrito anteriormente. Outro complicador comunicacional na empresa é o fato de o preenchimento das informações no sistema SAP ser feito sem nenhum controle terminológico, permitindo que um mesmo termo receba três ou quatro denominações diferentes (como ilustrado nas Figuras 7, 8, 9 e 10), prejudicando o compartilhamento e a compatibilização das informações pelos diferentes setores. Dessa forma, a tarefa de controlar e organizar as informações do sistema de gestão da empresa consolida-se como uma tarefa integrante do Gerenciamento de Terminologia Empresarial a ser desenvolvida pelo Gestor Terminológico.

Diante disso, pode-se dizer que o sistema SAP R/3 é de grande utilidade no controle e execução das tarefas diárias na empresa analisada. Entretanto, ele por si só não dá conta de alguns problemas que ocorrem no trabalho. Muito disso se deve à falta de conscientização terminológica da empresa que não tem seu repertório organizado e tampouco controla a correta utilização dos termos técnicos estabelecidos pelos manuais técnicos dos fabricantes de aeronaves e de componentes.

Desse modo, é de total importância a diminuição nos ruídos comunicacionais da empresa por meio da harmonização da terminologia por ela empregada, por exemplo, bem como do estabelecimento de sua terminologia por meio de glossários e vocabulários técnicos, além da disponibilização de todas as informações em uma base terminológica de consulta informatizada integrada à intranet da empresa e ao sistema SAP R/3. Isso tudo se conforma como alternativa de trabalho para o Gestor Terminológico no que se convencionou chamar, neste trabalho, de Gerenciamento da Terminologia Empresarial – GTE, tema revisado mais adiante.

Por fim, retoma-se o importante resultado alcançado neste Capítulo 4 no que se refere ao repertório terminológico identificado como recorrente na Empresa de MRO. Este, ao se dividir em, Terminologia de Operacionalização Administrativa (Setor A) e Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto (Setor B), não apenas

evidencia duas grandes categorias de termos presentes nas empresas como evidencia sua relação com dois grandes segmentos organizacionais das empresas:

- Setor A: responsável pelo funcionamento e administração da empresa constituído pela terminologia de operacionalização administrativa; e
- Setor B: responsável pela produção da empresa e prestação de bens e produtos caracterizado pela terminologia de operacionalização de processo e produto.

A exemplo dos dois repertórios, destacam-se os seguintes termos encontrados no estudo de caso, a partir da análise e manipulação do corpus:

Setor A: Controle de Produção, capacidade técnica, documentação técnica, Técnico de Operação de Sistemas Informáticos (TOSI), Técnico de Informática e Telecomunicações (TIC), nível médio/técnico, saúde do trabalhador, Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), horário de trabalho, trabalhador, Equipe de Trabalho/Grupo de Trabalho, Leis de Trabalho, Controle de ponto, parecer técnico, Tabela Salarial da Carreira, Plano de Cargos, Presidente, Visão, Administração.

Setor B: equipamento para voo por instrumento; equipamento eletrônico de comunicações, bancada de teste, sistema elétrico, Controle de Produção de Hangar, APAA (Atestado de Aeronáutico Aprovado), trem de pouso, Oficina de Hidráulicos, Oficina de Interiores, Oficina de Motores, Oficina de Navegação, Oficina de Pintura, Oficina de Trem de Pouso, Boeing, APUS, Família de Motores, Oficina de Motores, Certificado de Conhecimento Teórico ANAC, Operador de Calibrações, Operador de Galvanoplastia.

Como se observou, a terminologia do Setor A é composta por termos mais genéricos de empresas, os quais podem aparecer, de um modo geral, em diversas empresas. Isso significa dizer que são termos que se indiferem à missão que a empresa desempenha, pois referem conceitos que são imprescindíveis para o processo de administração de qualquer segmento empresarial, quer de prestação de serviço para manutenção de aeronaves, quer para uma empresa, por exemplo, de produção de

motores para carros. Já a terminologia reconhecida do Setor B apresenta muitos termos que se referem a procedimentos ou setores da empresa pelos quais a aeronave irá passar para a realização de seu conserto; significando que a terminologia está diretamente relacionada com a missão que a empresa desempenha: manutenção e reparo de aeronaves.

Diante desses resultados, evidencia-se a importância que tem a identificação do Setor A e B como representantes da organização terminológica da Empresa Y M&E Brasil e como resultado para a descrição e o reconhecimento da terminologia empresarial que se busca nesta tese.

5 DESCRIÇÃO E RECONHECIMENTO DA TERMINOLOGIA NA EMPRESA: ETAPAS METODOLÓGICAS

No Capítulo 4 deste trabalho, apresentou-se um estudo de caso com a Empresa de MRO, como condição para o estabelecimento das diretrizes metodológicas do GTE e para o levantamento das propriedades da terminologia empresarial. Os resultados alcançados no estudo mostraram alguns dos problemas que são ocasionados pela falta de cuidado, sem acompanhamento, com a terminologia da empresa, pela ausência de ferramentas terminográficas e de uma terminologia harmonizada no seu interior, bem como pela ausência do processo de Gerenciamento de Terminologia Empresarial como um todo.

Neste Capítulo 5, o que se especifica são os princípios e as etapas metodológicas adotados para a identificação das unidades lexicais das empresas. Salienta-se que, como destacado anteriormente, nem tudo em Terminografia pode ser estabelecido *a priori* e as atividades aqui desenvolvidas foram construídas passo a passo na medida em que as necessidades surgiam, uma vez que também não existe uma metodologia específica de reconhecimento de categoria terminológica a ser seguida. Destaca-se ainda que o conteúdo deste Capítulo 5 contribui fortemente para o GTE em empresas, justamente por permitir ao Gestor Terminológico, cujas tarefas a desenvolver foram descritas no Capítulo 3, conhecer as propriedades dessa categoria terminológica empresarial.

Outro aspecto importante considerado neste Capítulo foi o fato de que pouco se sabe da categoria terminológica empresarial, ao passo que, do ponto de vista dos estudos terminológicos, sobre terminologia científica, por exemplo, muito já se pesquisou. Considerando o pressuposto de que a terminologia é um fator chave na empresa, almejou-se, aqui, responder algumas das hipóteses levantadas no início deste trabalho, considerando o pressuposto de que a terminologia é um fator chave na empresa:

- como identificar a terminologia de uma empresa? a terminologia de uma empresa é homogênea? a terminologia na empresa está a serviço do quê?

Assim, as etapas metodológicas necessárias para a descrição da categoria terminológica das unidades lexicais das empresas, a partir dos resultados já alcançados, em especial com o estudo de caso, são basicamente quatro:

- i) reconhecer a organização estrutural (pelo organograma) das empresas de um modo geral e com ela o modo de dizer, tendo em vista a necessidade de conhecimento da área empresarial para relacionar com o léxico especializado empregado;
- ii) identificar os setores organizacionais que são comuns às empresas a fim de poder falar de uma organização terminológica comum a elas, buscando confirmar os resultados dos setores encontrados no estudo de caso;
- iii) criar o organograma da terminologia das empresas e seus diferentes setores; e
- iv) descrever os repertórios terminológicos recorrentes nas empresas.

Posto isso, a seção 5.1 tem como função dar conta das etapas i) e ii). Para tanto, apresenta-se a análise de modelos de organização de empresa como etapa metodológica para o reconhecimento dos setores recorrentes nas empresas. Na 5.2, o foco está no processo de descrição da categoria de termo empresarial com a criação do organograma das empresas e a terminologia recorrente (etapas iii e iv). Por fim, na seção 5.3, destacam-se as características da terminologia empresarial e a descrição das unidades lexicais.

5.1 Setores recorrentes nas empresas e suas características terminológicas

Como requisito para a execução das etapas metodológicas (i e ii), que visam ao reconhecimento da estrutura organizacional recorrente em uma empresa, procedeu-se com o levantamento dos conceitos fundamentais de Administração que regem a organização e o funcionamento departamentalizado de uma empresa, num primeiro momento, a fim de validar os resultados alcançados com o estudo de caso (Capítulo 4) sobre os setores operacionais e sobre a terminologia recorrente em uma empresa, a saber: dois grandes segmentos e dois grandes repertórios terminológicos empresariais:

Setor A – Terminologia de Operacionalização Administrativa; e Setor B – Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto.

Diante disso, parte-se, agora, dos resultados do estudo de caso de que uma empresa encontra-se dividida em dois grandes segmentos operacionais com suas respectivas terminologias para, a partir disso, estabelecer os princípios e as etapas metodológicas para a descrição do estatuto terminológico dos termos empresariais, resultados fundamentais no plano teórico dos estudos terminológicos e também no plano aplicado quando relacionado à função que o Gestor Terminológico desempenhará junto a uma empresa na execução do GTE. Os dois grandes segmentos operacionais de uma empresa são:

Setor A – Operacionalização Administrativa

Função: ser responsável pelo funcionamento e administração da empresa;

Terminologia: constituída pelos termos da Administração, da Economia, da Gestão, das Finanças, do Direito, Da Tecnologia da Informação, do Marketing (podendo haver outras);

Setor B – Operacionalização de Processo e Produto

Função: ser responsável pela produção ou prestação de bens ou serviços da empresa, a qual varia de empresa para empresa de acordo com a sua missão;

Terminologia: os termos variam de acordo com a missão da empresa e a sua área de inserção.

Segundo Chiavenato (2003, p. 44), uma empresa é uma “organização destinada à produção e/ou comercialização de bens e serviços, tendo como objetivo o lucro”. Conforme o seu tipo de produção, ela pode ser classificada em quatro categorias: agrícola, industrial, comercial e financeira, cada qual com um modo de funcionamento próprio. Nesse sentido, as empresas são organizações e como tais “são extremamente heterogêneas e diversificadas, de tamanhos diferentes, de características diferentes, de estruturas diferentes, de objetivos diferentes” (CHIAVENATO, 2003, p. 2), mas todas são constituídas por recursos humanos e não humanos (como recursos físicos e materiais, financeiros, tecnológicos, mercadológicos etc.).

Ao ser tomada a empresa como uma organização, é importante destacar:

As organizações ao atingirem um certo porte precisam ser administradas e sua administração requer todo um aparato de pessoas estratificadas em diversos níveis hierárquicos que se ocupam de incumbências diferentes. A administração nada mais é do que a condução racional das atividades de uma organização seja ela lucrativa ou não lucrativa. A administração trata do planejamento, da organização (estruturação), da direção e do controle de todas as atividades diferenciadas pela divisão de trabalho que ocorram dentro de uma organização (CHIAVENATO, 2003, p. 2).

Nesse sentido, toda empresa ou organização tem uma administração⁴³, a qual é entendida, segundo Chiavenato (2003, p. 22), como “a maneira de governar organizações ou parte delas. É o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos organizacionais para alcançar determinados objetivos de maneira eficiente e eficaz”. Nessa linha, a administração tornou-se fundamental na condução da sociedade moderna. “Ela não é um fim em si mesma, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma, com o menor custo e com a maior eficiência e eficácia” (2003, p. 15).

A administração, tomada nesta pesquisa como um meio de fazer as coisas funcionarem na empresa ou organização, possui diversas especializações, tais como: “Administração da Produção (de bens ou serviços prestados pela organização), Administração Financeira, Administração de Recursos Humanos, Administração Mercadológica, Administração Geral” (CHIAVENATO, 2003, p. 2). Estas especializações assumidas pela administração têm relação direta com as funções básicas da empresa, abaixo representadas:

⁴³ A palavra *administração* vem do latim: *ad* (direção, tendência para) e *minister* (subordinação ou obediência).

Figura 11 – Esboço das funções básicas de uma empresa



Fonte: adaptado de Chiavenato, 2003, p. 94.

Essas funções são identificadas diretamente na organização de uma empresa, como é mostrado, na sequência, no estudo dos organogramas de algumas delas.

Quanto à composição, uma empresa, na concepção de Chiavenato (2009, p. 31), é composta de recursos materiais, humanos, financeiros e mercadológicos, os quais se caracterizam pelas seguintes atividades:

- Recursos materiais: máquinas e equipamentos; matérias-primas; tecnologia e processo; energia elétrica e combustíveis;
- Recursos humanos: pessoas e serviços; empregados admitidos;
- Recursos financeiros: capital e investimentos de terceiros; empréstimos e financiamentos, créditos e contas a receber; e
- Recursos mercadológicos: pedidos de clientes, pesquisa de mercado, informações do mercado.

Já para Caravantes, Caravantes e Kloeckner (2005), uma empresa é composta de recursos humanos, financeiros, materiais, tecnológicos e de informação.

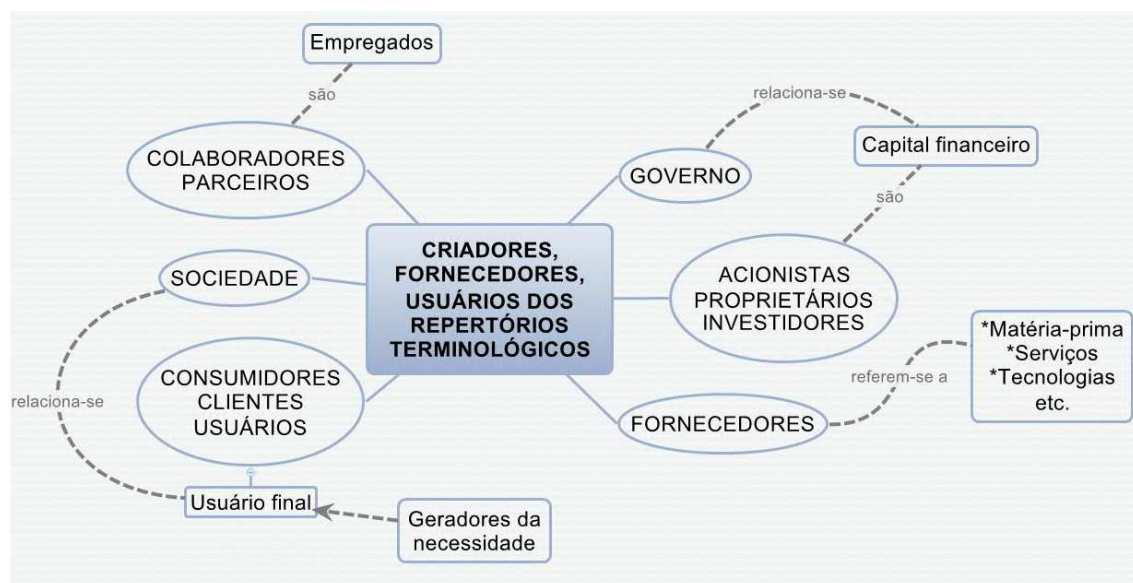
Do ponto de vista dos parceiros que integram uma organização ou empresa, Chiavenato (2009, p. 50) estabelece os seguintes:

- a) colaboradores ou parceiros: empregados da organização;
- b) acionistas, proprietários e investidores: capital financeiro;

- c) fornecedores (matéria-prima, serviços, tecnologias etc.);
- d) clientes, consumidores e usuários: adquirem os produtos;
- e) Governo; e
- f) Sociedade.

Nesse sentido, de acordo com este trabalho, pode-se afirmar que os possíveis criadores, fornecedores e usuários dos repertórios terminológicos que circulam nas empresas podem ser os parceiros acima descritos, os quais são dispostos na figura abaixo:

Figura 12 – Criadores, fornecedores e usuários de terminologia em uma organização



Fonte: elaborado pela autora.

Nessa linha de raciocínio, os parceiros da organização ou *stakeholders* são pessoas ou grupos de pessoas que participam direta ou indiretamente das atividades da empresa, primando pelo seu sucesso. Na sequência, em complemento aos usuários apresentados na Figura 12, Chiavenato e Sapiro (2004, s.p.) propõem uma descrição um pouco diferente dos diferentes grupos de pessoas envolvidos, ampliando a informação dos possíveis usuários dos termos que circulam nas empresas, uma importante informação ao Gestor Terminológico no momento do trabalho com o GTE:

Figura 13 – Parceiros da organização ou *stakeholders*

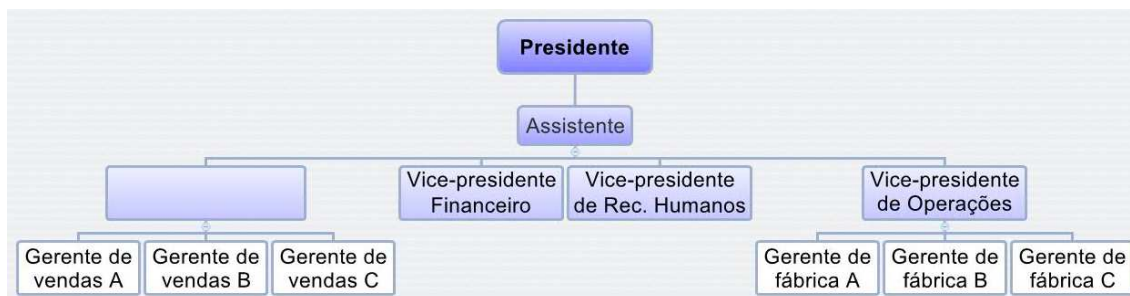


Fonte: Adaptado de Chiavenato e Sapiro (2004).

O desenho organizacional de uma empresa representa a configuração global dos cargos e inter-relações entre as funções dentro dela e esse desenho é bem representado por organogramas, os quais são considerados “retrato ou mapa da organização” (CARAVANTES, CARAVANTES e KLOECKNER, 2005, p. 485). Algumas empresas utilizam departamentalização por funções e outras por produtos.

O modelo mais comum é o desenho funcional e pode ser assim representado (CARAVANTES, CARAVANTES e KLOECKNER, 2005, p. 485):

Figura 14 – Desenho funcional de empresa departamentalizada por funções



Fonte: Adaptado de Caravantes, Caravantes e Kloeckner (2005, p. 485).

Outro modelo de organização é o desenho divisional em que a empresa estabelece departamentos de produtos, os quais são razoavelmente autônomos e operam como unidades empresariais. O exemplo, abaixo, refere-se a uma empresa de *fast foods* que estabelece uma divisão para cada tipo principal de alimento (CARAVANTES, CARAVANTES e KLOECKNER, 2005, p. 492).

Figura 15 - Desenho divisional de empresa



Fonte: Adaptado de Caravantes, Caravantes e Kloeckner (2005, p. 492).

Feita essa revisão teórica, em especial sobre os modelos de organização das empresas, a fim de identificar os segmentos recorrentes, observa-se, na prática, o organograma de cinco empresas⁴⁴ dos segmentos de metalurgia (1), de refinaria de

⁴⁴ Todas as informações foram colhidas no site das empresas, com exceção da Mesarisa que tem como fonte de coleta Chiavenato, 2009.

petróleo (2), de prestação de serviços (3 e 4) e de indústria e comércio de equipamentos tecnológicos (5).

Destaca-se que as empresas descritas a seguir, com exceção da primeira, que foi retirada da obra de Chiavenato, foram escolhidas aleatoriamente, com base em uma pesquisa na internet, sendo o único critério utilizado para a escolha a presença das informações sobre missão, visão e organização disponíveis no seu site. Assim, traz-se à tona, num primeiro momento, uma breve descrição da missão da empresa, seguida do seu organograma e de uma análise de ambos.

1. Metalúrgica: Metalúrgica Santa Rita S.A. (Mesarisa), empresa de porte médio a grande, com sede em São Paulo e filiais em cinco estados brasileiros, dedicada à produção e comercialização de cadeados, fechaduras, trincos, ferragens etc. para residências e automóveis (CHIAVENATO, 2009, p. 105).

Figura 16 - Organograma da empresa Mesarisa

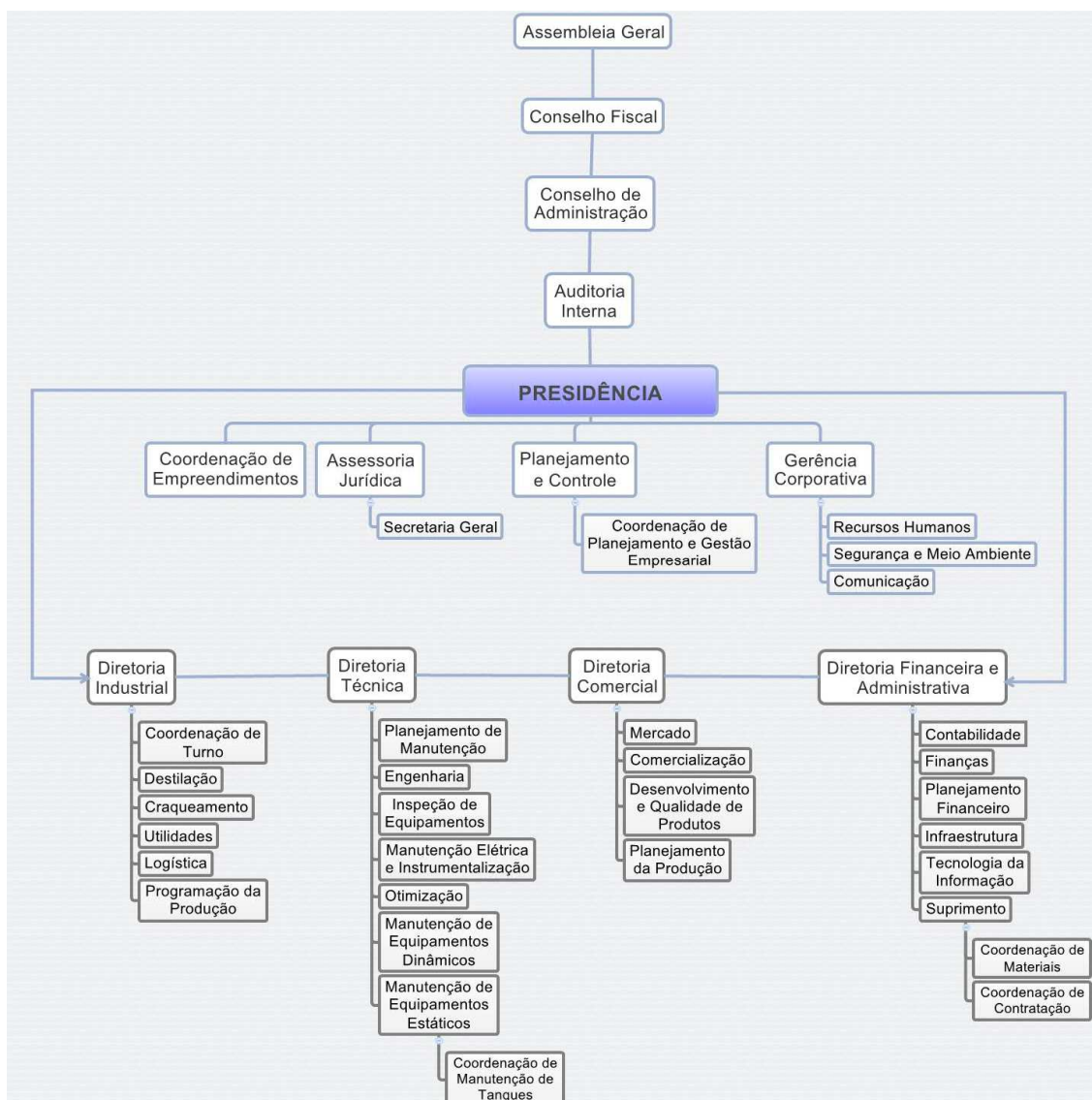


Fonte: Adaptado de Chiavenato (2009, p. 105).

2. Refinaria de petróleo: a Alberto Pasqualini – Refap S.A.⁴⁵ é uma empresa do Sistema Petrobras que atua no negócio de Energia. Situada no município de Canoas (RS), começou a operar em 1968, como uma unidade de operações da Petrobras, chamada de Refinaria Alberto Pasqualini. É responsável pelo processamento de petróleo nacional e produção de derivados, além da execução dos investimentos programados para a produção de Diesel.

⁴⁵ http://www.refap.com.br/portal/refap/pt_br/estrutura-administrativa.htm. Acesso em: 16 nov. 2011.

Figura 17 - Organograma da empresa Refap S.A

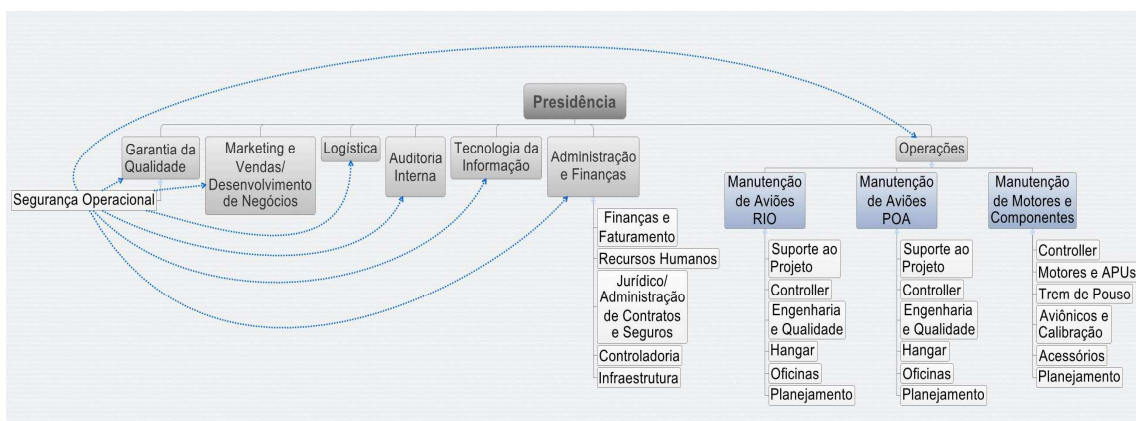


Fonte: Adaptado de Refap, 2011.

3. Prestadora de serviços – manutenção, reparo e revisão de aeronaves: a TAP Manutenção e Engenharia⁴⁶, unidade Brasil, possui mais de 80 anos de operações junto a grandes empresas aéreas nacionais e internacionais. A empresa é uma das dez maiores empresas de manutenção, reparo e revisão geral de aeronaves e componentes (MRO- Maintenance, Repair & Overhaul) da atualidade. Conta com cerca de 2.450 funcionários distribuídos em dois grandes Centros de Manutenção, com dezenas de oficinas especializadas e laboratórios de calibração.

⁴⁶ www.tapme.com.br. Acesso em 16 nov. 2011.

Figura 18 - Organograma da Empresa de Manutenção

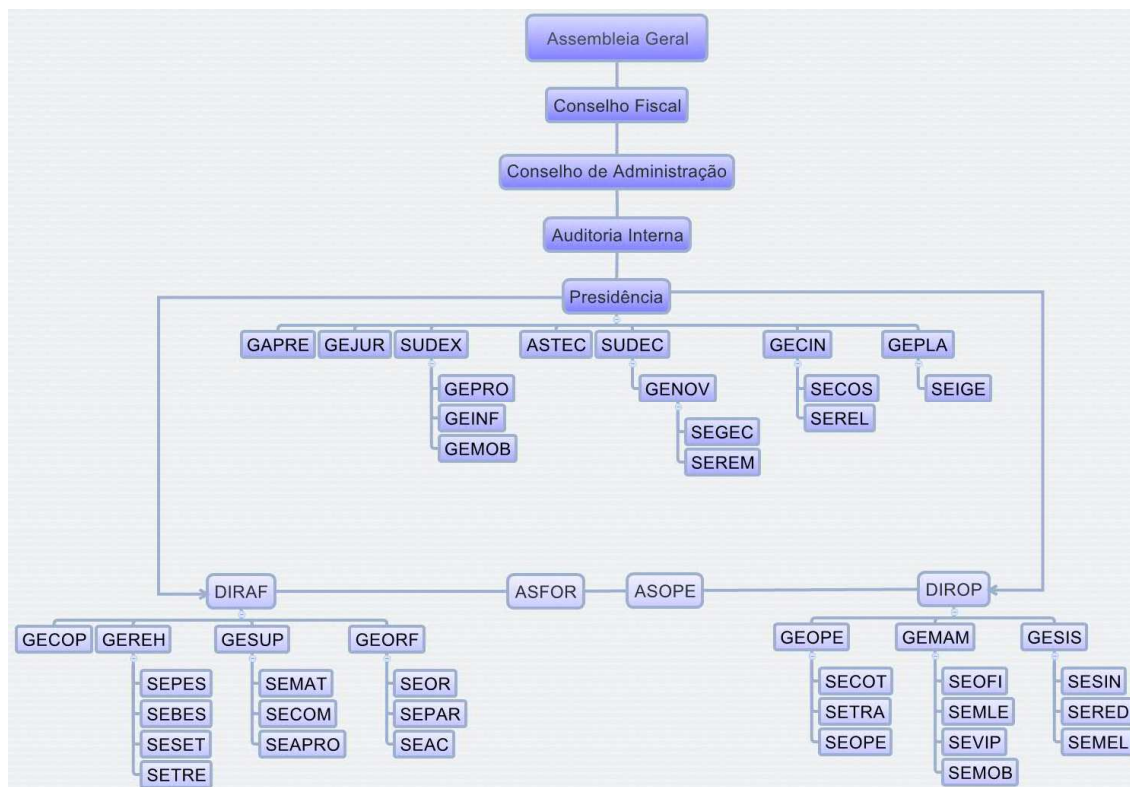


Fonte: Adaptado de TAP, 2011.

4. Prestadora de serviços – mobilidade urbana: a Trensurb⁴⁷ é uma sociedade anônima, de economia mista, cujo objetivo é “oferecer soluções de mobilidade urbana e serviços”.

⁴⁷ www.trensurb.gov.br. Acesso em: 16 nov. 2011.

Figura 19 - Organograma da Empresa Trensurb

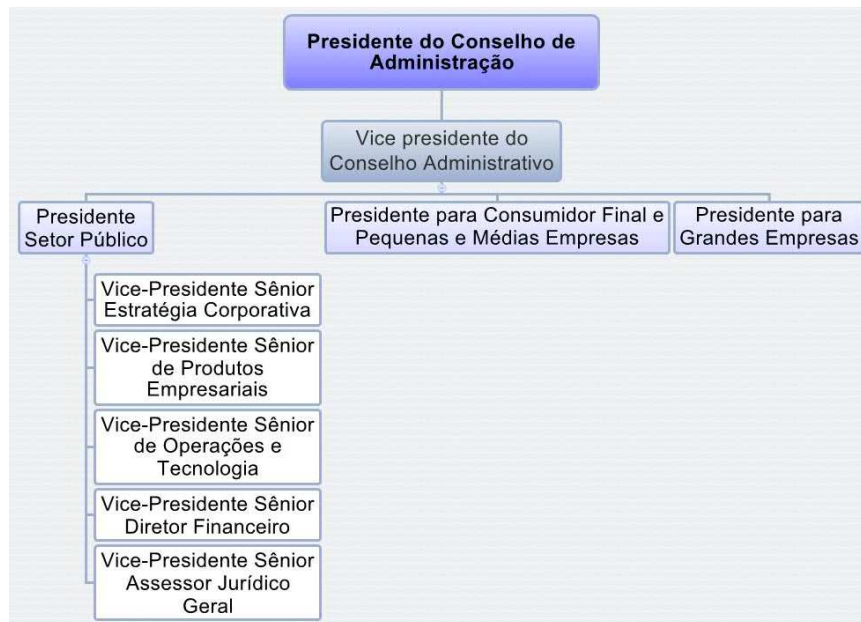


Fonte: Adaptado de Trensurb, 2011.

5. Indústria e comércio de equipamentos tecnológicos - soluções tecnológicas: A Dell⁴⁸ objetiva capacitar países, comunidades, clientes e pessoas por toda a parte para usar a tecnologia, a fim de realizar seus sonhos. Oferece soluções tecnológicas para a casa, o trabalho, a escola ou qualquer lugar do mundo.

⁴⁸ www.dell.com Acesso em: 16 nov. 2011.

Figura 20 - Organograma da empresa Dell



Fonte: Adaptado de Dell, 2011.

Após esse detalhamento de cinco organogramas de diferentes empresas, pode-se observar que, basicamente, as empresas, conforme a revisão bibliográfica apresentada nesta mesma seção, estão organizadas nos seguintes setores:

- administração geral/gerência/presidência;
- marketing/comercialização/vendas;
- financeiro (contabilidade);
- recursos humanos;
- recursos administrativos; e
- produção/operação (com relação direta com a missão da empresa).

Do ponto de vista prático, baseado na observação das cinco empresas, Mesarisa, Refap S.A., TAP Manutenção e Engenharia, Trensurb e Dell, evidenciou-se que ambas apresentam uma estrutura organizacional recorrente, abaixo representada. Contudo, destaca-se que enquanto algumas possuem um setor para cada segmento de tarefas outras apresentam um único, o qual comporta vários segmentos. Tal fato pode ser

explicado pelo acúmulo de funções de uma mesma pessoa num determinado setor ou ainda por questões de redução de custos e de demanda de serviço.

- diretoria/presidência;
- comercial/marketing e vendas/novos negócios/estratégia corporativa/produtos empresariais;
- administração (RH/processamento de dados)/financeiro e administrativo (contabilidade/financeiro/TI)/administrativo e financeiro (finanças e facturamento, RH, jurídico, administrativo, infraestrutura);
- financeiro (financeiro e contabilidade)/contabilidade e patrimônio/orçamento e finanças;
- TI/informática/sistemas;
- comunicação integrada;
- jurídico geral;
- logística e auditoria/infraestrutura, logística e auditoria;
- recursos humanos;
- planejamento;
- mobilidade urbana/projeto urbano;
- técnica (manutenção/inspeção)/suprimento e apoio;
- indústria (manutenção e produção); e
- operações e tecnologias/operações (manutenção).

Diante de tais observações, resume-se, no quadro abaixo, os principais resultados encontrados sobre os segmentos organizacionais identificados ao longo da análise realizada. Na primeira coluna, aparecem os segmentos clássicos de uma empresa, conforme apontou a teoria revisitada. Já na segunda, estão os segmentos específicos das cinco empresas descritas. Por fim, na terceira coluna, os Segmentos Recorrentes, os quais foram encontrados pelo confronto dos resultados da primeira e da segunda coluna, dos segmentos clássicos e dos específicos, respectivamente.

Quadro 1 – Segmentos Empresariais Recorrentes em empresas

SEGMENTOS CLÁSSICOS	SEGMENTOS ESPECÍFICOS	SEGMENTOS RECORRENTES
administração geral/gerência/presidência	diretoria/presidência	<i>Setor de Gerência</i>
recursos administrativos	administração (RH/processamento de dados)/financeiro e administrativo (contabilidade/financeiro/TI)/administrativo e financeiro (finanças e facturamento, RH, jurídico, administrativo, infraestrutura)	<i>Setor de Administração</i>
financeiro (contabilidade)	financeiro (financeiro e contabilidade)/contabilidade e patrimônio/orçamento e finanças	<i>Setor Financeiro e Contábil</i>
∅	jurídico geral	<i>Setor Jurídico</i>
recursos humanos	recursos humanos	<i>Setor de Recursos Humanos</i>
marketing/comercialização/vendas	comercial/marketing e vendas/novos negócios/estratégia corporativa/ produtos empresariais	<i>Setor de Marketing e Vendas</i>
∅	TI/informática/ sistemas comunicação integrada	<i>Setor de Tecnologia da Informação</i>
produção/operação (com relação direta com a missão da empresa)	operações e tecnologias/operações (manutenção) indústria (manutenção e produção) técnica (manutenção/inspeção)/suprimento e apoio logística e auditoria/infraestrutura, logística e auditoria planejamento mobilidade urbana/projeto urbano	<i>Setor de Produção, Operação e Manutenção (técnica, inspeção, apoio, planejamento, logística)</i>

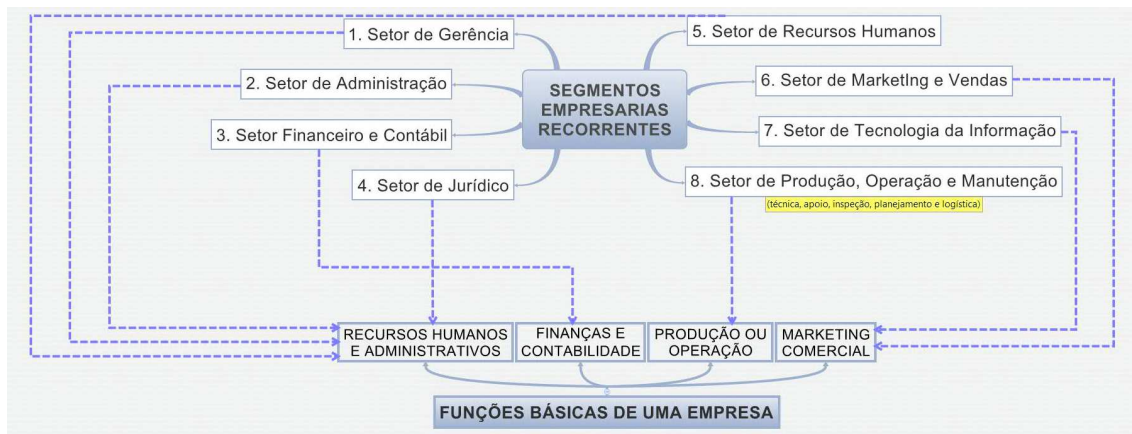
Fonte: elaborado pela autora.

Obs.: ∅ indica a ausência do segmento.

Este resultado permite falar que uma empresa possui oito principais setores, embora estes não sejam instâncias estagnadas, podendo, por exemplo, na prática, o Setor Jurídico estar alocado na organização da empresa junto ao Setor Financeiro e Contábil, bem como o Setor de Tecnologia da Informação estar no Setor de Marketing e Vendas, por exemplo. Esta observação é válida também se retomada a Figura 11, apresentada no início desta seção, a qual apresenta as quatro funções básicas da empresa (financeira e contábil, recursos humanos e administrativos, marketing e comercial e, por fim, produção ou operação), de acordo com Chiavenato (2003). Tais apontamentos induzem a afirmação de que a empresa como uma organização que visa ao lucro tem quatro pilares centrais de funcionamento, o que permite afirmar que estes são diluídos nos oito setores recorrentes identificados, os quais seguem abaixo:

De todo modo, os oito principais setores aqui identificados e suas respectivas funções são:

Figura 21 - Segmentos Organizacionais Recorrentes e suas funções

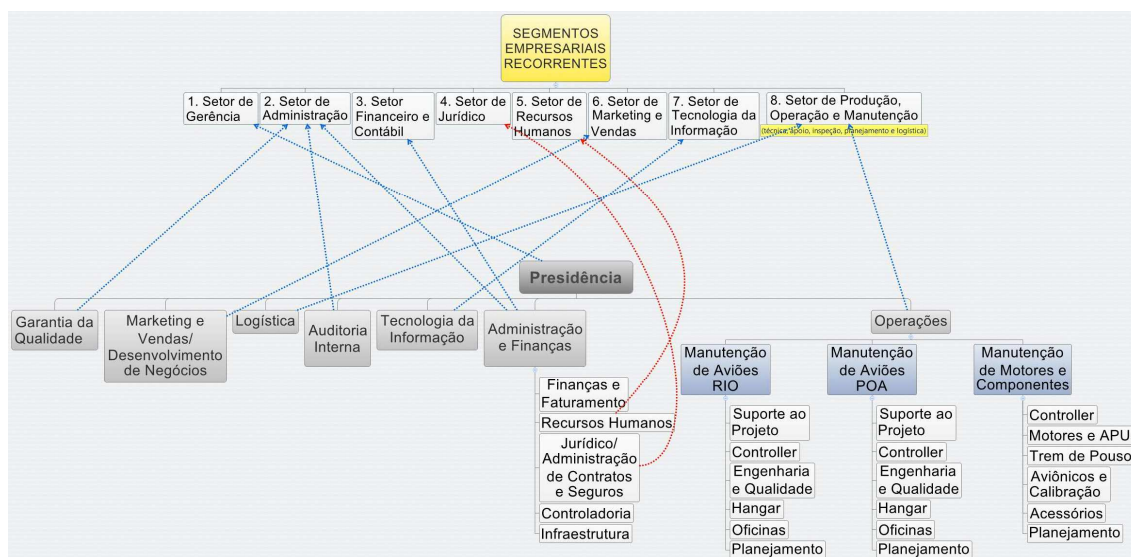


Fonte: elaborado pela autora.

Com o fim de evidenciar os resultados obtidos sobre os Segmentos Organizacionais Recorrentes⁴⁹ nas empresas (Quadro 1), mostra-se a equivalência entre os setores da empresa analisada no estudo de caso e os Segmentos Recorrentes (Figura 21). Observa-se que as linhas pontilhadas em azul referem a equivalência existente de setor para setor do estudo de caso para o Recorrente; já as linhas em vermelho demarcam a relação existente entre um subsetor da Empresa de MRO (estudo de caso) e um Segmento Recorrente. Isso se justifica pelo fato de que, como afirmou Chiavenato (2003), uma empresa é heterogênea e nem sempre apresenta a mesma hierarquia organizacional, podendo haver sobreposição, embora presente, no geral, os principais setores organizacionais aqui tratados.

⁴⁹ Os termos Segmento Organizacional Recorrente, Segmento Recorrente e Setor Organizacional Recorrente, Segmento Recorrente, são considerados sinônimos neste trabalho e representam o conjunto dos oito setores identificados. O termo Setor é tomado como cada departamento organizacional da empresa.

Figura 22– Setores Organizacionais Recorrentes e Organograma da Empresa de MRO



Fonte: elaborado pela autora.

Destaca-se, sobretudo, que as informações encontradas sobre a organização das empresas, resultando nos Segmentos Empresariais Recorrentes, quando cruzadas com os setores do estudo de caso, dão indícios das áreas que constituem o repertório terminológico das empresas. Nessa perspectiva, cabe a retomada dos resultados do estudo de caso apontados no início desta seção:

Setor A – Operacionalização Administrativa; Terminologia de Operacionalização Administrativa – constituída pelos termos da Administração, da Economia, da Gestão, das Finanças, do Direito, Da Tecnologia da Informação, do Marketing (podendo haver outras) (composto pelos setores da Presidência, Garantia da Qualidade, Marketing e Vendas/Desenvolvimento de Negócios, Logística, Auditoria Interna, Tecnologia da Informação, Administração e Finanças);

Setor B – Operacionalização de Processo e Produto; Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto; os termos variam de acordo com o ramo de atuação da empresa e com a missão: no estudo de caso – termos da aviação (composto pelo setor de Operações e seus subsetores).

Diante da análise da Figura 22, em especial pelas relações estabelecidas, e dos resultados do estudo de caso destacados, pode-se inferir que a terminologia da empresa ou terminologia empresarial, aqui empregadas como sinônimos, diante dos setores identificados, é heterogênea e composta por termos das Ciências Sociais (ciências moles), em especial, da Administração e da Economia, bem como da Contabilidade, do Direito, da Informática, da Comunicação, da Psicologia. Além disso, essa descrição permite separar os setores da empresa em dois conjuntos, o que vai ao encontro do resultado obtido no estudo de caso, o qual identificou dois segmentos organizacionais distintos e com eles dois repertórios terminológicos.

Sendo assim, um dos primeiros resultados para o reconhecimento do estatuto terminológico do termo das empresas é a confirmação de que essa categoria comporta uma dupla segmentação: i) Terminologia de Operacionalização Administrativa, traduzida pelo **Termo Organizacional** e ii) Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto, traduzida pelo **Termo Operacional**. Assim, na Figura 23 apresenta-se a constituição da categoria terminológica empresarial:

Figura 23: Terminologia Empresarial: Termo Organizacional e Termo Operacional



Fonte: elaborado pela autora.

Assim, um dado importante a ser considerado na Figura 22 é que o Setor de Logística, da Empresa de MRO, caracterizado como um Setor de Operacionalização de

Processo e Produto está posto no organograma como um Setor de Operacionalização Administrativa - Setor A, fato que se explica pela possibilidade de cada empresa poder organizar seus setores com certa flexibilidade hierárquica e departamental.

Como observado, o Setor B, constituído pelo setor de Produção, Operação e Manutenção, vale-se mais de técnicas e processos do que de conhecimentos científicos propriamente ditos; ele se vale da utilização das técnicas criadas a partir de conhecimentos das ciências duras e, assim, está mais voltado ao processo de execução das técnicas criadas de acordo com a área de atuação da empresa.

Destaca-se, ainda, que o setor de Produção, Operação e Manutenção, Setor B, caracteriza-se, na empresa, do ponto de vista pragmático e temático, por ser o responsável pela execução das tarefas pertinentes à geração de processo ou produto, com o fim da geração do lucro. Os demais setores (Setor A) são os responsáveis, de um modo geral, pela administração e execução de tarefas que dão sustentabilidade e condições de execução do trabalho do Setor B. Desse modo, este setor caracteriza-se tematicamente e pragmaticamente por ter, predominantemente, uma Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto, isto é, de Termo Operacional, por tratar de operação de processo e produto.

A identificação dos Segmentos Organizacionais Recorrentes nas empresas, suas funções e suas características autoriza a afirmação de que os sete primeiros segmentos identificados representam um universo terminológico constituído de Termo Organizacional e que o oitavo, setor de Produção, Operação e Manutenção, representa o universo terminológico de Operacionalização de Processo e Produto identificado pelo Termo Operacional. Além disso, esse reconhecimento permite o estabelecimento de critérios pragmáticos e temáticos que caracterizam o que se propôs identificar neste trabalho: se há uma categoria de termo empresarial e se ela é homogênea ou não.

Nesse sentido, pode-se reafirmar que há uma categoria de termo empresarial e que esta se segmenta em Termo Organizacional e Termo Operacional, já esboçados, respectivamente, por terminologia do Setor A - Operacionalização Administrativa e terminologia do Setor B - Operacionalização de Processo e Produto.

De fato, os dados encontrados até o momento indicam resultados que são recorrentes nas empresas estudadas, permitindo a sua aplicabilidade em diversas empresas, como os Setores Organizacionais Recorrentes e, o mais importante, a

identificação da categoria de termo empresarial. Por fim, é necessário reconhecer mais a fundo as propriedades da terminologia empresarial e com ela o Termo Organizacional e o Termo Operacional.

Contudo, salienta-se que, neste momento, o foco não é verificar quais são os termos que integram o Setor A (sete primeiros segmentos recorrentes identificados), nem o Setor B (oitavo segmento recorrente - setor de Produção, Operação e Manutenção (técnica, inspeção, apoio, planejamento, logística)), mas enfatizar que a terminologia da empresa é condizente e variável com a sua missão. Nesse sentido, o objetivo é, sim, identificar quais são as características dos termos que circulam na empresa, podendo-se descrever e reconhecer quais são as propriedades do Termo Organizacional e do Termo Operacional, a fim de elucidar as características desta categoria terminológica.

5.2 Para o reconhecimento da categoria de termo empresarial

Após a identificação, com base no critério da pertinência temática e pragmática (HOFFMANN, 1998 e MACIEL, 2001), de que a categoria terminológica empresarial é segmentada pelo Termo Organizacional e Termo Operacional presentes nos oito Setores Organizacionais Recorrentes nas empresas, neste momento, são detalhados os princípios e as etapas metodológicas para a descrição e o reconhecimento dessa categoria de termo nas empresas, como atividade que integra o GTE.

Destaca-se que a definição desses princípios e etapas metodológicas são imprescindíveis para o trabalho do Gestor Terminológico em qualquer empresa, conformando-se, assim, como uma contribuição ao trabalho do Gestor nas empresas e às pesquisas incipientes ainda nesta temática.

O estabelecimento desses princípios são fundamentais para o desenvolvimento das etapas metodológicas que visam à descrição e ao reconhecimento dos termos que integram o repertório terminológico empresarial apresentadas ainda na introdução deste capítulo. Para tanto, cabe retomar alguns pressupostos do trabalho terminográfico apresentados em 2.2 (Terminografia), os quais amparam o trabalho do Gestor Terminológico na tarefa aplicada de identificar os termos de uma determinada área do

conhecimento e, nesta tese, permitem descrever e identificar a categoria terminológica empresarial e sua dupla segmentação: Termo Organizacional e Termo Operacional.

Como descrito na seção 2.2, as etapas básicas para um trabalho terminográfico podem ser resumidas em: 1) coleta terminológica, 2) tratamento da terminologia e 3) divulgação (RONDEAU, 1984). Nessa perspectiva e, dentro da etapa de coleta terminológica (1), as atividades desenvolvidas são a compilação de um corpus e a elaboração do organograma da empresa. Com relação ao tratamento da terminologia (2), as etapas de trabalho são a análise e tratamento do corpus e dos candidatos a termos com base no reconhecimento do funcionamento da área de trabalho, neste caso, as empresas, e no organograma. Com relação à etapa de divulgação (3), esta não integra o escopo desta tese em termos de execução apenas de proposição. Contudo, os resultados alcançados são registrados e tratados e os termos devidamente identificados no organograma da empresa, servindo de recurso para o trabalho do profissional Gestor Terminológico.

Nesse sentido, o que se apresenta agora são as etapas metodológicas empregadas para o reconhecimento dos termos que integram a terminologia empresarial, com base nos princípios apresentados anteriormente, os quais servem como critérios para o reconhecimento.

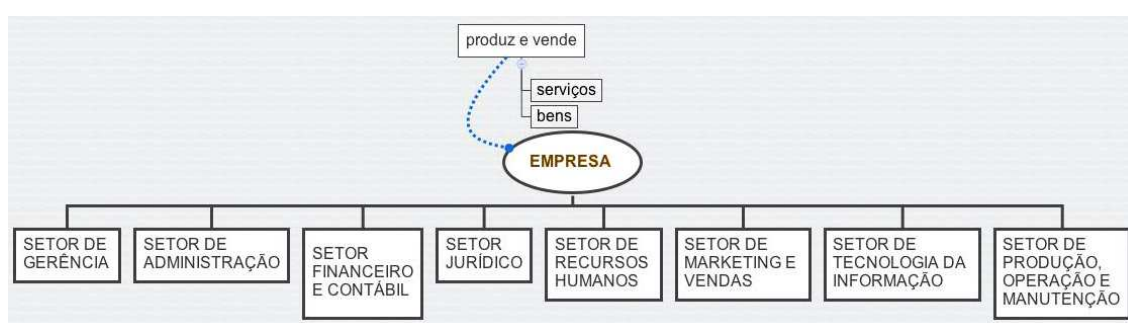
Seguindo as etapas de trabalho acima descritas, para a coleta terminológica, tomou-se como contexto a Empresa de Manutenção de Aeronaves, onde se desenvolveu o estudo caso. Na referida empresa, compilou-se um conjunto de 23 textos⁵⁰ dos diversos segmentos administrativos do Setor A da empresa.

Após a constituição do corpus de pesquisa, a criação de mapas conceituais é uma importante etapa metodológica para o estudo terminológico de áreas científicas. Contudo, este trabalho tem como escopo as áreas produtivas, ou seja, as áreas que se valem do conhecimento científico, mas lidam com as técnicas e tecnologias, por isso, metodologicamente, realizou-se a criação do organograma da empresa baseado em toda a descrição registrada nos capítulos anteriores (Capítulo 3 e 4), em especial pela observação dos organogramas e do resultado do quadro dos Segmentos Recorrentes nas empresas, criado no subcapítulo 5.1 (Quadro 1). Logo, o mapa conceitual de empresa

⁵⁰ O conjunto de textos foi gentilmente cedido pela empresa estudada, na condição de não divulgação na sua íntegra.

tem uma relação muito estreita com o organograma da empresa. Esta observação é importante, dado o fato de que esta tese de doutorado tem por objetivo também instrumentalizar o Gestor Terminológico para o seu trabalho em empresa, bem como servir de base para estudos em Terminologia e suas áreas de interface como, por exemplo, a Tradução (importante segmento dentro de uma empresa multinacional, por exemplo).

Figura 24 - Organograma dos Segmentos Organizacionais Recorrentes nas Empresas



Fonte: elaborado pela autora.

Após a criação do organograma da empresa, recurso que facilita a identificação da terminologia, foi realizado o trabalho com o corpus compilado, baseado nos princípios da Linguística de Córpus⁵¹. Esse conjunto de textos foi armazenado em uma pasta, denominada *Corpus Adm Setor A*, no computador. Na sequência, as seguintes tarefas foram executadas:

- a) limpeza e formatação dos arquivos (ruídos, símbolos etc., de acordo com BERBER SARDINHA, 2004), transformando-os em arquivos .rtf;
- b) renomeação dos arquivos com a criação de uma etiqueta identificadora para cada texto, sendo ela a letra “t”, em formato minúsculo (abreviatura de “texto”), seguida de números ordinais iniciados em 01 até 23, conforme consta no arquivo em anexo (Apêndice B);

⁵¹ Os princípios são basicamente, a origem, o propósito, a composição, a formatação, a representatividade, a extensão (BERBER SARDINHA, 2004). Contudo, nem todos foram possíveis de ser observados por se tratar de um corpus cedido.

- c) armazenamento dos 23 textos na plataforma do e-Termos, ambiente colaborativo para o trabalho com terminologia, criando-se um corpus com a etiqueta de *tadm* (terminologia da administração), composto por 121.561 palavras;
- d) geração de um arquivo com a lista de palavras do corpus *tadm* constituída de 105.889 palavras e 10.105 palavras diferentes, com uma riqueza vocabular de 0.095, denominado de *tadmwordlist*, salvo na plataforma;
- e) geração de uma lista de frequência das palavras do corpus *tadm*, com a aplicação de n-grama⁵² 1 e da stop list⁵³ padrão da plataforma, gerando, assim, uma lista composta por 7.858 n-gramas 1, a qual foi denominada de *tadmstopngl* (*tadm* - terminologia da administração, *stop* – stop list, *ngl* – n-grama 1); e
- f) limpeza da lista *tadmstopngl*; retirada também das palavras com algum problema de formatação ou que não tinham relevância ao contexto; do total de 7.858 n-gramas restaram 2.207, sendo criado um novo arquivo denominado de *tadmstopngl_limpo* e armazenado no computador;

Dessa etapa metodológica que reuniu um conjunto de atividades, obteve-se um corpus compilado e uma lista de possíveis candidatos a termos, a qual teve os seus 220 primeiros n-gramas analisados com base nos princípios da pertinência temática e pragmática (HOFFMANN, 1998; MACIEL, 2001) e da frequência (KRIEGER e FINATTO, 2004). Da tarefa, chegou-se a uma lista de 124 possíveis candidatos a termos empresariais, por meio da observação dos contextos, conforme ilustram alguns exemplos no Apêndice C. Na sequência, estão os candidatos encontrados:

⁵² Um n-grama é uma sequência de n letras ou palavras, em que n geralmente é 1, 2 ou 3, respectivamente monograma, bigrama e trigrama.

⁵³ Lista de palavras gramaticais que são filtradas no momento do processamento da linguagem pela máquina para a geração da lista dos candidatos a termos.

Quadro 2 - Lista dos 124 n-gramas candidatos a termos

1. Grau	2. Trabalho	3. Empresa	4. Competência
5. Avaliação	6. Desempenho	7. Manutenção	8. Técnica
9. Profissional	10. Treinamento	11. Técnico	12. Nível
13. Serviço	14. Função	15. Tarefa	16. Acordo
17. Grupo	18. Potencial	19. Área	20. Objetivo
21. Gerente	22. Segurança	23. Norma	24. Capacidade
25. Material	26. Pessoal	27. Organização	28. Equipe
29. Ferramenta	30. Execução	31. Inspeção	32. Trainee
33. Engenharia	34. Carreira	35. Atividade	36. Procedimento
37. Orientação	38. Salarial	39. Controle	40. Indicadores
41. Cumprimento	42. Gestão	43. Requisitos	44. Problemas
45. Estágio	46. Chefe	47. Oficinas	48. Qualificações
49. Documentação	50. Ambiente	51. Formação	52. Registro
53. Autonomia	54. Curso	55. Experiência	56. Recursos
57. Sistemas	58. Fases	59. Matérias	60. Retorno
61. Exercício	62. Entrevista	63. Ações	64. Formulário
65. Manual	66. Período	67. Atuação	68. Colaboradores
69. Comportamentais	70. Categoria	71. Avaliador	72. Setor
73. Coordenação	74. Informação	75. Especialidade	76. Relação
77. Instalação	78. Melhor*	79. Comunicação	80. Produção
81. Aprovação	82. Estudos	83. Item	84. Trabalhador
85. Pesquisa	86. Equipamento	87. Operador	88. Proteção
89. Comportamento	90. Garantia	91. Humanos	92. Análises
93. Coordenador	94. Chefia	95. Perfil	96. Plano
97. Autorização	98. Meio	99. Visão	100. Master
101. Relacionamento	102. Grande*	103. Atendimento	104. Relatórios
105. Clientes	106. Excelente*	107. Decisão	108. Higiene
109. Modificação	110. Métodos	111. Divisão	112. Maior*
113. Conducentes	114. Conjunto	115. Supervisor	116. Sênior
117. Gerência	118. Saúde	119. Reparo	120. Ponto
121. Prédio	122. Apoio	123. Insuficiente*	124. Produtos

Fonte: elaborado pela autora.

* adjetivo

Os resultados alcançados nesta etapa não são considerados suficientes para o propósito deste trabalho, pois com a compilação de um corpus dos segmentos do Setor A da empresa, obteve-se um repertório terminológico geral, híbrido que caracteriza a

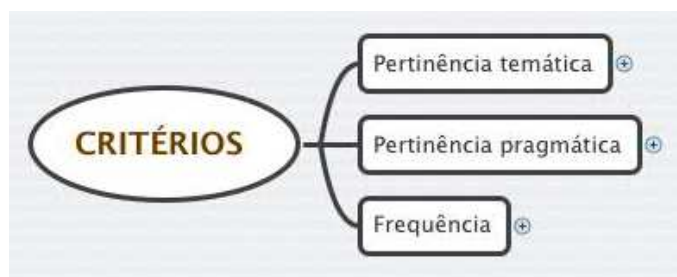
terminologia empresarial como um todo, sendo necessária a identificação, considerando a relação dos candidatos nos seus devidos textos e com eles os setores do organograma da empresa para se chegar aos dois segmentos já reconhecidos: Termo Organizacional (Gerente, Coordenação) e o Termo Operacional (Trem de Pousso, Sistema Elétrico).

Com relação à lista de n-gramas, observa-se a presença de candidatos a termos de um mesmo campo semântico, como avaliação, avaliador; chefe, chefia; coordenação, coordenador; equipamento, equipe; gerência, gerente, gestão; produção, produtos; relação, relacionamento; técnica, técnico; trabalhador, trabalho. Nesses casos, trata-se da pessoa (ou cargo) (avaliador, chefe, coordenador, gerente,) e da função que ela exerce (avaliação, chefia, coordenação, gerência,); ou ainda, a pessoa ou o cargo e o produto ou a condição para o seu trabalho: equipe - equipamento; produção - produtos; técnico - técnica; trabalhador - trabalho. Com as palavras relação e relacionamento, identifica-se, num primeiro momento, ambas como variantes, assim como com gerência, gerente e gestão em que gestão pode ser tomada como variante de gerência.

Destaca-se ainda que os resultados até aqui apresentados auxiliam na descrição da categoria de termo aqui postulada, bem como em futuros trabalhos.

Desse modo, para o processo de descrição e de reconhecimento da categoria de termo empresarial, adotou-se, como metodologia, a aplicação de três critérios, os quais foram apresentados no início deste subcapítulo e estão representados na figura abaixo.

Figura 25– Critérios para o reconhecimento terminológico



Fonte: elaborado pela autora.

Considerando os três critérios, em especial o da pertinência pragmática, a metodologia adotada foi a de reconhecer os termos considerando o contexto de ocorrência. Para tanto, o corpus para análise, já descrito anteriormente, foi dividido de

acordo com os setores dos quais os textos advinham (1) setor de Logística⁵⁴, (2) setor Financeiro, (3) setor de Recursos Humanos, (4) setor de Administração e (5) setor de Marketing, uma vez que, na prática, ali ambos eram empregados, criando-se, assim, um conjunto de cinco subcorpus. Como se pode perceber, nem todos os Segmentos Empresarias Recorrentes estão aqui contemplados, o que se deve ao material disponibilizado para estudo pela empresa Y M&E Brasil – POA.

A partir da aplicação do critério dois (pertinência pragmática), chegaram-se aos subcorpus constituídos das seguintes características, conforme ilustra o Quadro 3. Observa-se que para esta etapa, a análise dos subcorpus e dos candidatos a termos foi processada com base na utilização da ferramenta computacional AntConc⁵⁵, (versão 3.2.4, beta, online), criada pelo professor Ph.D. Laurence Anthony no Center for English Language Education in Science and Engineering, School of Science and Engineering, Waseda University, em tokyo no Japan. Tal decisão deve-se à facilidade de recuperação do contexto e com ele o texto na íntegra, no momento da consulta do n-grama.

No quadro abaixo, aparece na primeira coluna o setor da empresa ao qual o conjunto de texto pertencia. Na segunda, o número de palavras diferentes (types) de cada setor; na sequência, identificam-se os códigos de cada texto utilizado, conforme Apêndice B; na última coluna o que se registra é o número de textos de cada subcorpus.

⁵⁴ Destaca-se que o setor de Logística (1) integra a lista dos subcorpus, apesar de como segmento recorrente integrar o que se denominou de uma terminologia do Setor B representada pelo Termo Operacional, por fazer parte do corpus cedido pela Empresa de MRO e por no organograma dela integrar o que se convencionou aqui chamar de Setor A, o qual é representado pelo Termo Organizacional. Salienta-se que, mesmo sendo contraditório no início, esta tomada de decisão metodológica resultou positiva ao final, conforme é descrito no final desta seção.

⁵⁵ <http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp/index.html>. Acesso em: 19 jul. 2012.

Quadro 3 – Divisão do corpus

Setor da empresa	Types	Cód. dos textos	Total de textos do subcorpus
Setor de Logística	41	T01	01
Setor Financeiro	65	T02	02
Setor de Recursos Humanos	3094	T03, T04, T13, T15, T16	05
Setor de Administração	4410	T05, T06, T07, T08, T09, T10, T11, T12, T14, T17, T18, T19, T20	13
Setor de Marketing	3695	T21, T22, T23	03

Fonte: elaborado pela autora.

Embora o foco não seja uma análise da quantidade dos textos de cada subcorpus, percebeu-se que o Setor de Administração e o Setor de Recursos Humanos são os que mais produzem textos, de acordo com os dados oferecidos para o estudo de caso e aqui analisados, 13 textos e 5, respectivamente. Tal fato pode ser identificado e descrito como uma característica da grande demanda administrativa que esses setores representam na empresa, e do fato de que ambos os setores desempenham a mesma função como citado em 5.1, sendo ela uma das mais importantes, senão a mais importante.

Após a realização dessa atividade e dos resultados alcançados com ela, aplicou-se o terceiro critério, o critério da frequência, que se soma ao critério da pertinência temática e pragmática, para a descrição e o reconhecimento das características do repertório terminológico de cada segmento e, em consequência, da categoria terminológica empresarial. Como resultado, alcançaram-se os seguintes dados, os quais são apresentados de forma sistematizada no Quadro 4.

A primeira coluna, do quadro abaixo, indica o setor da empresa ao qual o conjunto de texto pertencia. A segunda refere-se ao Setor Recorrente identificado no início do Capítulo 5. A terceira identifica o número de palavras diferentes (types) de cada setor. A quarta refere-se ao número total de palavras do corpus. A quinta, na sequência, sinaliza a frequência inicial e final dos candidatos à termos analisados. A sexta identifica o número de n-gramas usados para análise. A sétima refere-se à primeira palavra lexical identificada como possível termo na lista de frequência. E a oitava aponta a última palavra lexical observada.

Quadro 4 – Características dos subcorpus

Setor da empresa	Setor Recorrente	Types	Tokens	Frequência de análise	n-gramas	Primeira palavra lexical	Última palavra lexical
Setor de Logística	Setor de Produção, Operação e Manutenção	41	47	4 -1	1	Acobertado	Produtos
Setor Financeiro	Setor Financeiro e Contábil	65	83	7-1	1	Banco	Número
Setor de Recursos Humanos	Setor de Recursos Humanos	3094	46966	267-10	1	Trabalho	Transporte
Setor de Administração	Setor de Administração	4410	49167	425-10	1	segurança	Trabalhadores
Setor de Marketing	Setor de Marketing e Vendas	3695	25308	309-10	1	competência	Tratamento

Fonte: elaborado pela autora.

Cabe salientar que se consideram, para os dados acima, apenas as palavras lexicais e que para a sua identificação somaram-se aos critérios da pertinência temática e pragmática, o da frequência. Diante disso, no Apêndice D, apresentam-se os candidatos a termos (ordenados por frequência) encontrados nos seus diferentes setores ou áreas do organograma da empresa desenhados na Figura 24.

Feita essa observação, apresenta-se, no Apêndice E, a listagem dos n-gramas em ordem alfabética como comparação ao Apêndice D que apresenta a mesma lista, mas ordenada por frequência.

A partir da listagem de candidatos alcançada, como resultado, chegou-se a um número inicial de 18 candidatos para o Setor de Produção, Operação e Manutenção, 17 para o Financeiro e Contábil, 129 para o de Recursos Humanos, 123 para o da Administração e 75 para o do Marketing e Vendas, totalizando 362 n-gramas candidatos a termos para os cinco Setores Recorrentes.

Do ponto de vista do léxico, esses candidatos são marcadamente nomes (substantivos e adjetivos), Fatura, Conta, Assegurado, Auditoria, Cliente – Bom, Insuficiente, eficaz, contando com a presença de alguns verbos, Controla, Homologa. Também são constituídos por um léxico, predominantemente, simples (não composto), já que a extração deu-se a partir de n-gramas. Porém, quando olhado para o contexto de

ocorrência, encontra-se também um léxico complexo, a exemplo do n-grama Oficina, do Setor de Logística, que se apresenta, numa análise de ocorrência, como Oficina de Equipamentos de Emergência e Oficina de Produto. Além disso, observa-se a presença de algumas siglas, como CPF (Cadastro de Pessoa Física), ag. (agência), ambos do Setor Financeiro e Contábil, ou ainda CHT (Carteira de Habilitação Técnica) do Setor de Recursos Humanos.

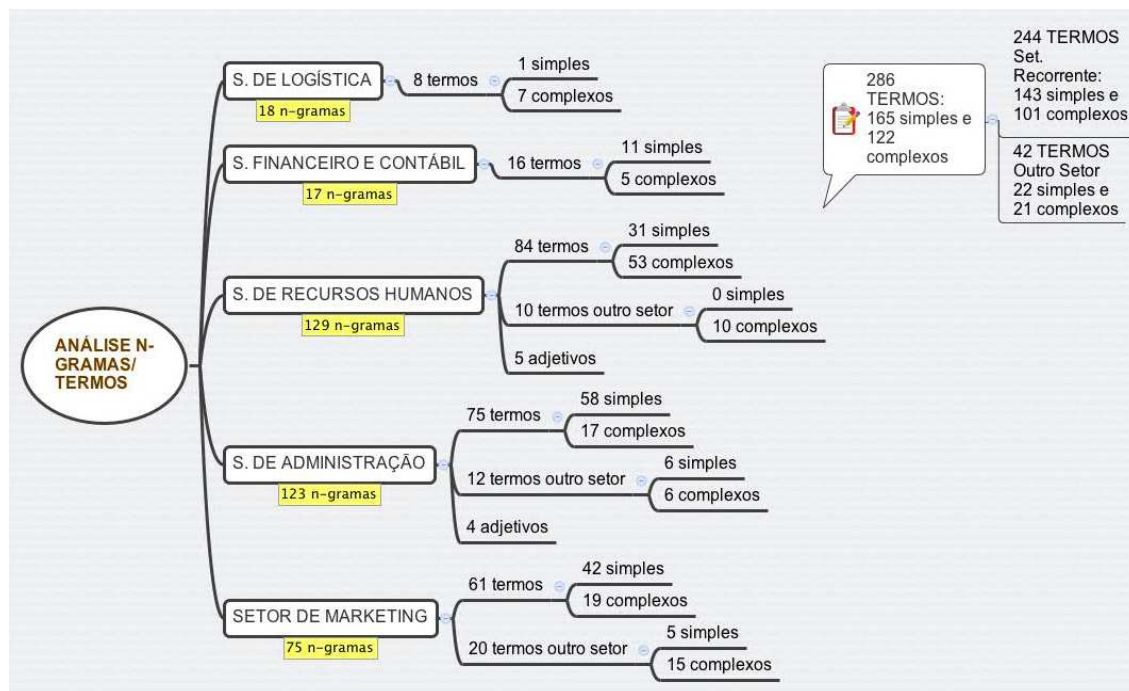
Aprofundando a análise, no Apêndice F⁵⁶, apresentam-se os candidatos a termos com um estudo mais refinado. Para isso, foi necessário pesquisar todos os contextos de ocorrência dos n-gramas candidatos a termos, sob o princípio da pertinência temática, da pertinência pragmática e da frequência. Essa tarefa permitiu encontrar os candidatos a termos compostos por mais de um n-grama, ampliando, assim, os resultados para o reconhecimento das características da categoria de termo empresarial.

Novamente, destaca-se que este trabalho não tem por objetivo organizar o repertório terminológico empregado em cada setor da empresa e, com isso, os termos da Economia, da Administração, do Direito etc., mas, sim, conhecer as propriedades terminológicas do repertório de termos que circula na empresa de um modo geral, como mecanismo capaz de auxiliar as tarefas futuras do GTE.

Nesse sentido, seguem os resultados quantitativos alcançados com a aplicação dos três critérios para a descrição e o reconhecimento terminológico, observados, em especial, no contexto de ocorrência dos candidatos a termos.

⁵⁶ Chama-se a atenção do leitor para o fato de que a tabela apresenta os candidatos a termos grafados distintamente pela cor preta e vermelha. A cor preta indica que os candidatos são integrantes do referido setor. Já a cor vermelha refere que os candidatos integram outro setor da empresa. Além disso, alguns n-gramas aparecem entre parênteses, significando que este não se qualifica como termo, apenas quando integrante de uma unidade lexical complexa, ou seja, um termo constituído por mais de uma palavras lexical. Não obstante, a sexta coluna da tabela apresenta uma listagem dos termos que são recorrentes nos segmentos identificados como integrantes do Setor A da empresa (cor preta), representado pelo termo organizacional; os recorrentes em outro setor – Setor B (cor vermelha), e aqueles que se repetem em mais de dois setores integrantes do Setor A.

Figura 26 – Análise dos n-gramas/termos dos setores



Fonte: elaborado pela autora.

Desses resultados destacados, percebe-se que três Segmentos Recorrentes de Empresa (setor de Recursos Humanos, de Administração e de Marketing) empregam uma terminologia específica do seu setor/segmento e outra que está amplamente relacionada à missão que tem a empresa, a qual irá variar de caso para caso. Isso se deve ao fato de que a comunicação, logo o uso da terminologia, não ocorre de modo estagnado e os termos, no interior de uma empresa, circulam pelos diferentes segmentos de gestão. Nesse sentido, o setor de Recursos Humanos, por exemplo, que antes da aplicação do critério da frequência e da busca pelos contextos de ocorrência, apresentou 129 n-gramas, ou possíveis candidatos a termos, após, qualificou-se pela presença de 84 termos, sendo 31 lexis simples e 53 complexas, acrescidos de mais 10 termos categorizados como de outro setor, que se configura como o Segmento Recorrente identificado como o setor de Produção, Operação e Manutenção, ilustrando o fato de que a terminologia de um setor pode e deve circular pelos demais setores da empresa.

Além disso, a figura também identifica que dois Setores Recorrentes (Logística e Financeiro e Contábil) não apresentam termos de outro setor. No setor Financeiro e Contábil, observou-se apenas a presença de 16 termos (11 simples e 5 complexos, gerados a partir de 17 n-gramas e de 65 types) genuínos do setor, talvez por ser este um

setor que lida mais com termos específicos e não depende tanto de termos que estejam atrelados, por exemplo, à missão da empresa (Segmento Recorrente representado pelo setor de Produção, Operação e Manutenção) ou a outros setores, ou ainda pelo tamanho do subcorpus. O setor de Logística, por sua vez, embora não tenha apresentado termos de outros setores, apenas oito genuínos, permite que o resultado seja interpretado por ele já ser um setor que está diretamente relacionado com o desempenho de tarefas que dizem respeito ao objeto primeiro da empresa: produzir e vender bens ou serviços.

Por fim, os dados aqui analisados exemplificam a categoria terminológica empresarial por meio dos resultados alcançados quando utilizados todos os textos do corpus. Ao mesmo tempo, os resultados desta seção também demonstram a categoria de terminologia empresarial e com ela a sua dupla segmentação em Termo Organizacional e Termo Operacional. Como já destacado, esses resultados foram alcançados com a aplicação dos critérios da pertinência temática, pragmática e da frequência, resultando no Termo Organizacional como prototípico do Setor A e o Termo Operacional como prototípico do Setor B, cujos exemplos serão detalhados a seguir.

5.3 A terminologia de empresa: Termo Organizacional e Termo Operacional

Nesta seção, objetiva-se a descrição da categoria terminológica empresarial, em especial do Termo Organizacional e do Termo Operacional. Logo, metodologicamente, está relacionada às etapas de trabalho descritas no início deste Capítulo que são a criação do organograma da terminologia da empresa (iii) e a descrição dos repertórios terminológicos recorrentes nas empresas (iv).

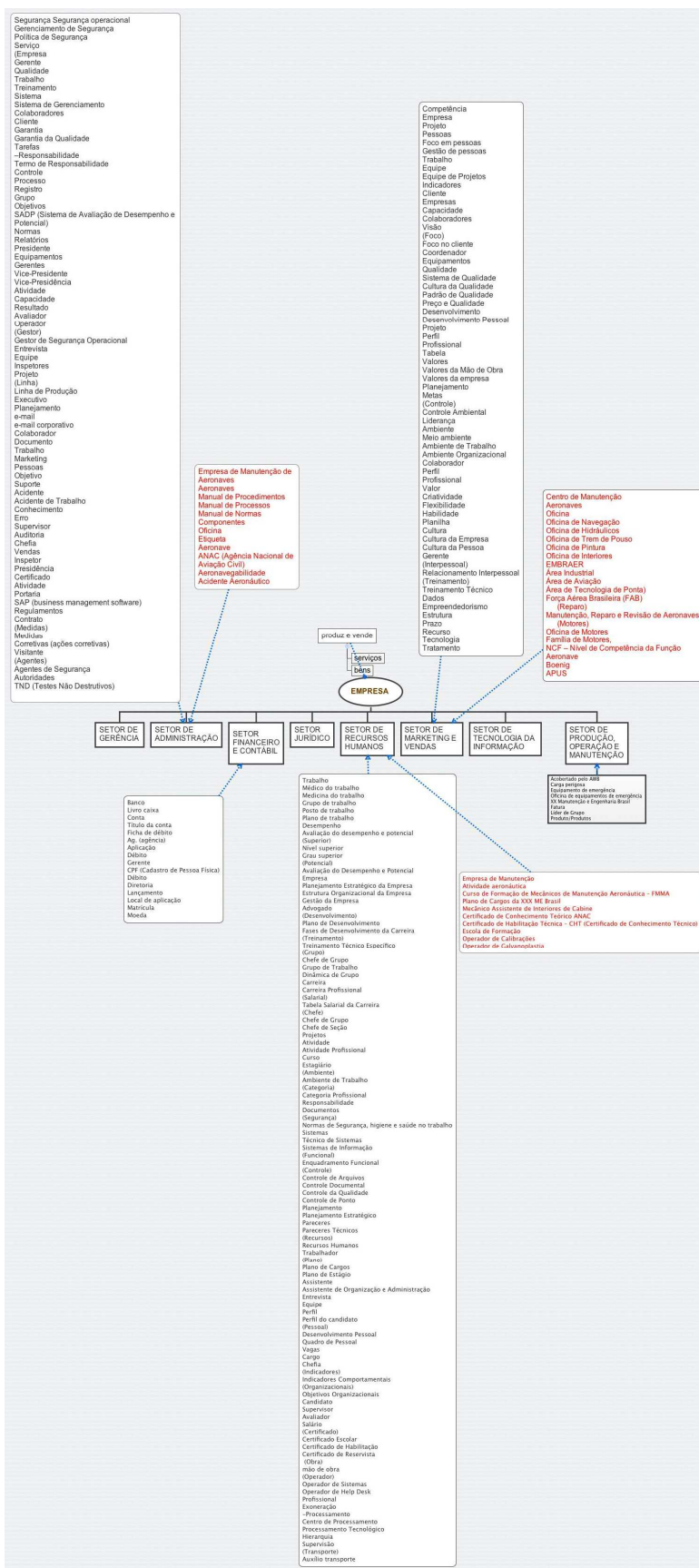
Para tanto, a primeira tarefa desempenhada foi registrar os termos encontrados⁵⁷ nos respectivos Segmentos Empresariais Recorrentes no organograma da empresa⁵⁸.

⁵⁷ Em um trabalho de reconhecimento terminológico, a validação dos candidatos a termos pelos especialistas da área é fundamental. Neste estudo, essa etapa não se concretizou, pois houve a aplicação de uma série de critérios e o intuito não é a criação de um produto terminográfico, tampouco reconhecer os termos, mas sim as suas características. Contudo, em um trabalho aplicado em empresa, o Gestor Terminológico executará, com os especialistas, tal tarefa.

⁵⁸ Destaca-se que ao lidar com terminologia uma das tarefas primeiras é a criação do mapa conceitual. Em se tratando de terminologia empresarial o instrumento que corresponde ao mapa conceitual é o organograma.

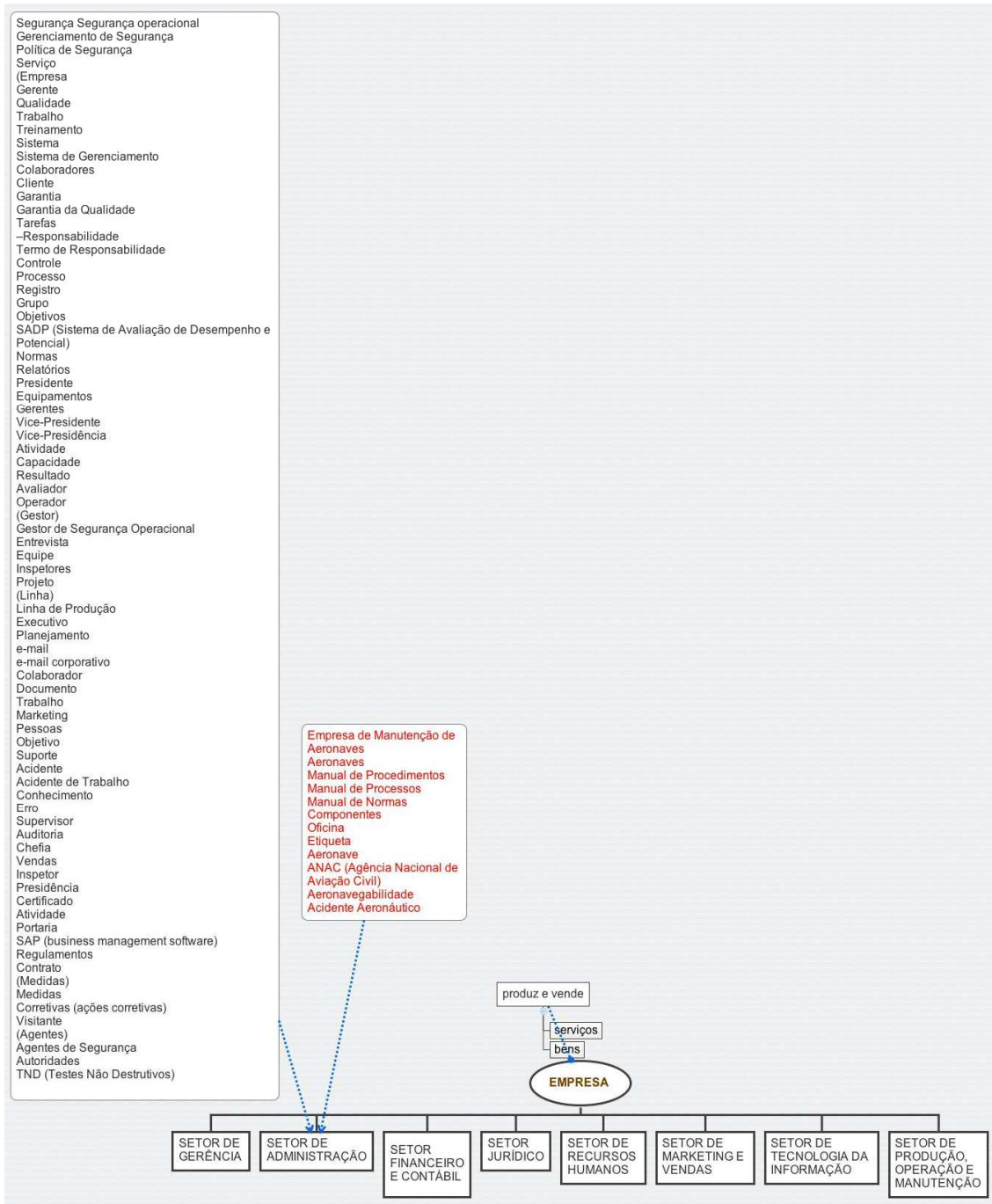
Assim, a partir da listagem dos termos do Apêndice F, obtiveram-se os seguintes resultados, observando a aplicação dos critérios da pertinência temática e pragmática, bem como da frequência, o que faz com que os termos a seguir apareçam ordenados por frequência, mas separados nas duas categorias de termos: em preto, os Termos Organizacionais e, em vermelho, os Termos Operacionais. Na Figura 27 aparecem todos os termos identificados e os seus respectivos setores; nas Figuras 28, 29, 30 e 31 aparecem as mesmas informações, contudo elas estão isoladas em setores como mecanismo de facilitação da leitura.

Figura 27 – Organograma da empresa e sua terminologia



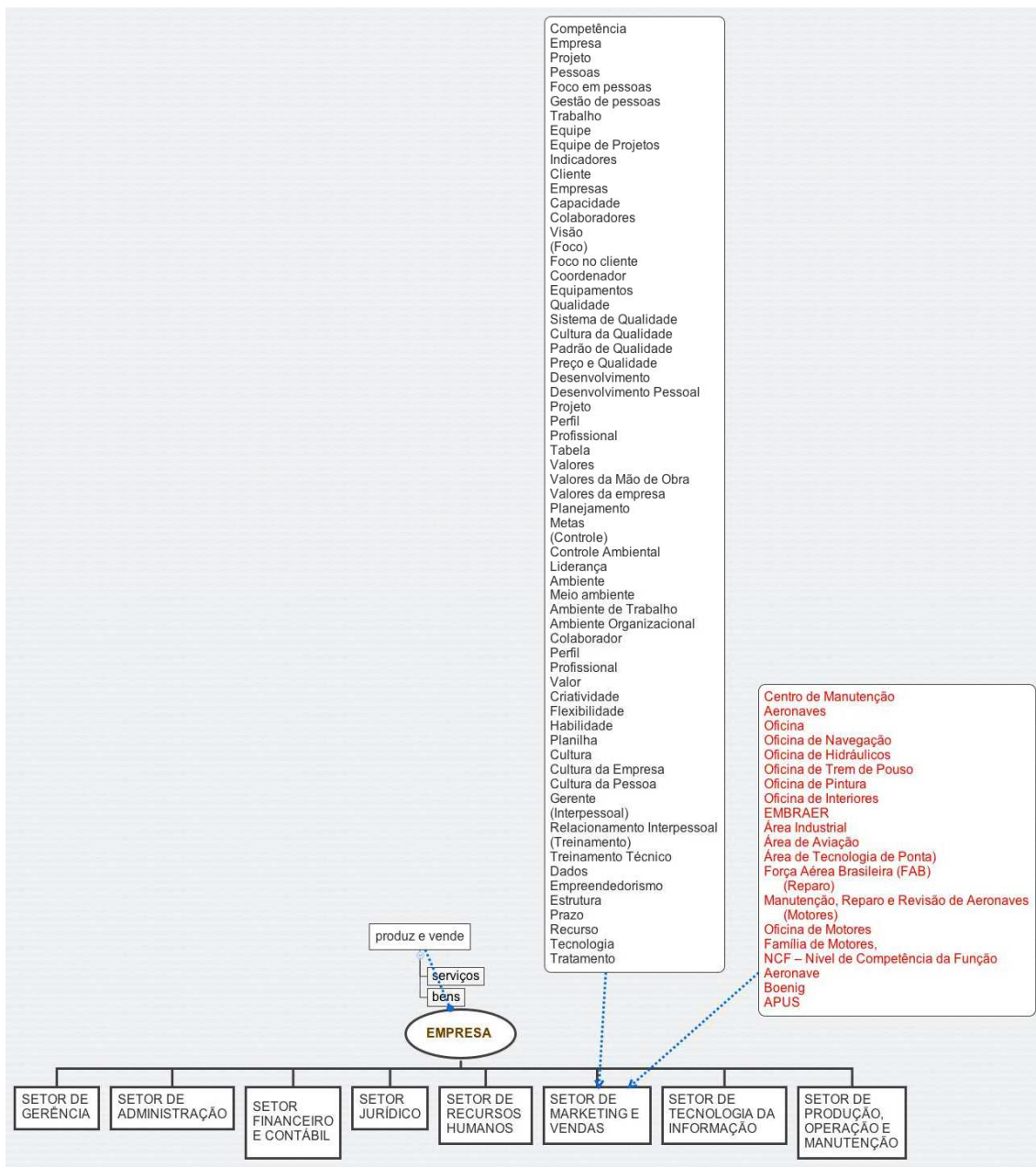
Fonte: elaborado pela autora.

Figura 28 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Administração



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 29 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Marketing e Vendas



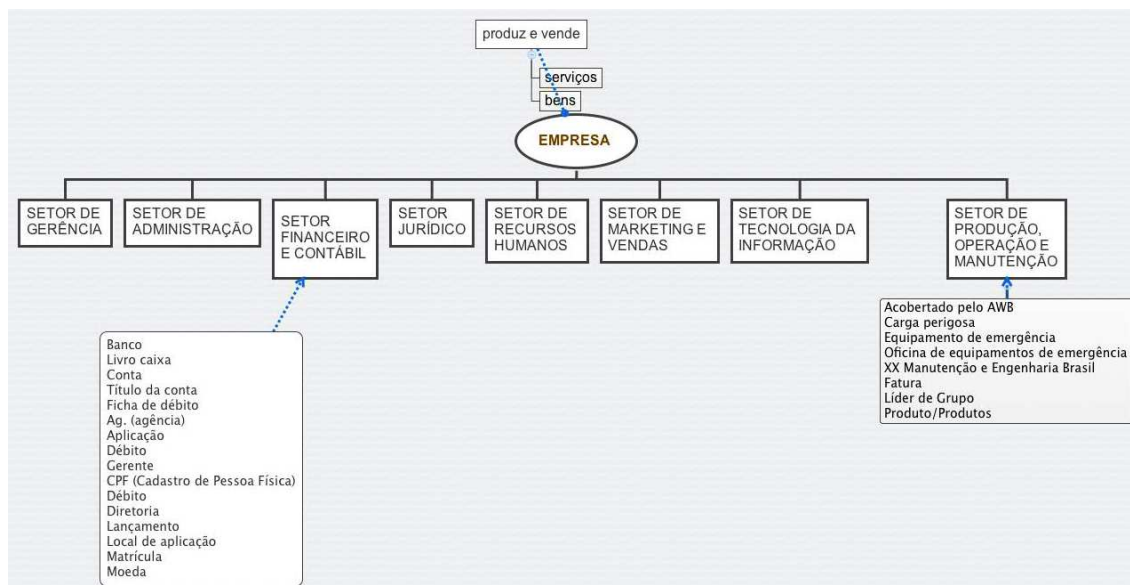
Fonte: elaborado pela autora.

Figura 30 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor de Recursos Humanos



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 31 – Organograma da empresa e sua terminologia – setor Financeiro e Contábil e setor de Produção, Operação e Manutenção



Fonte: elaborado pela autora.

Os resultados quantitativos alcançados com relação aos termos apresentados no organograma acima já foram quantificados no final da seção anterior. Salienta-se, novamente, o número de 286 termos ao todo (gerados a partir de 362 n-gramas), sendo destes 244 dos Setores Empresariais Recorrentes, presentes em empresas como um todo, e 42 termos que não são recorrentes nas empresas como um todo, mas, sim, na Empresa de MRO, da qual se obteve o corpus de estudo.

A partir dessa observação, vale lembrar que na concepção de Cabré (2003) todo o termo é poliédrico, o que faz com que a terminologia em uma empresa esteja a serviço do processo de comunicação necessário no contexto de trabalho, incluindo todas as gestões organizacionais da empresa. Salienta-se que a terminologia de uma empresa é híbrida, tendo em vista que a competência administrativa e as responsabilidades jurídicas e sociais recorrem aos princípios e conhecimentos de diversas ciências (Administração, Direito etc.). Entretanto, de modo específico, a terminologia de uma empresa está atrelada à sua missão, à sua visão e aos seus valores, representada pelos termos próprios da sua área de atuação. Isto quer dizer que uma empresa possui diversos repertórios terminológicos (da Informática, da Contabilidade, da Administração, da Aviação, conforme estudo de caso etc.). Contudo, como diagnosticado neste trabalho, a empresa possui dois grandes conjuntos de repertórios, os quais se consolidam como

repertório de Termos Organizacionais (Segmentos Empresariais Recorrentes constituídos pelos setores 1 ao 7) e um conjunto de termos que são os Termos Operacionais (Segmento Recorrente - setor 8), ou seja, estão diretamente ligados à missão da empresa, que sempre será ou a produção ou a venda de bens ou produtos. Para facilitar a compreensão, ilustra-se essa composição terminológica recorrente na empresa e aqui identificada, a qual vem de diferentes setores e forma um todo, respondendo, assim, à questão de investigação apresentada no Capítulo 1 – A terminologia de empresa é homogênea?

Figura 32 – Categorias de termos de uma empresa



Fonte: elaborado pela autora.

Quanto à questão da composição e das características dos termos dos setores, destaca-se que o setor de Produção, Operação e Manutenção (setor 8, Quadro 5) apontou, de acordo com a aplicação dos critérios de reconhecimento estabelecidos, apenas termos relacionados à missão da empresa da qual o corpus foi compilado:

Quadro 5 – setor de Logística

SETOR DE LOGÍSTICA	
1.	Acobertado pelo AWB
2.	Carga perigosa
3.	Equipamento de emergência
4.	Oficina de equipamentos de emergência
5.	Y Manutenção e Engenharia Brasil
6.	Fatura
7.	Líder de Grupo
8.	Produto/Produtos

Fonte: elaborado pela autora.

Já o setor Financeiro e Contábil (setor 3, Quadro 6), por exemplo, mostrou apenas termos técnicos que podem ser utilizados nas empresas como um todo, pois Banco, Livro Caixa, Agência, por exemplo, são termos recorrentes de todas as empresas, indiferente de sua missão.

Quadro 6 – setor Financeiro

SETOR FINANCEIRO	
1.	Banco
2.	Livro caixa
3.	Conta
4.	Título da conta
5.	Ficha de débito
6.	Ag. (agência)
7.	Aplicação
8.	Débito
9.	Gerente
10.	CPF (Cadastro de Pessoa Física)
11.	Débito
12.	Diretoria
13.	Lançamento
14.	Local de aplicação
15.	Matrícula
16.	Moeda

Fonte: elaborado pela autora.

O setor de Recursos Humanos (RH) (setor 5, Quadro 7), por sua vez, retratou uma realidade terminológica relacionada, na sua maioria, com os termos da área de RH, mas com uma pequena parcela de termos relacionados à missão da Empresa de MRO, a exemplo de Empresa de Manutenção, Atividade Aeronáutica, Operador de Calibrações etc. Já Médico do Trabalho, Medicina do Trabalho, Trabalhador, Técnico, Chefe são termos recorrentes de empresas. Abaixo, apresentam-se os termos por ordem de frequência. Os termos grafados em preto são do setor de RH e os escritos em vermelho são os relacionados à missão da Empresa de MRO.

Quadro 7 – setor de Recursos Humanos

SETOR DE RECURSOS HUMANOS

1. Trabalho
2. Médico do trabalho
3. Medicina do trabalho
4. Grupo de trabalho
5. Posto de trabalho
6. Plano de trabalho
7. Desempenho
8. Avaliação do desempenho e potencial
(Superior)
9. Nível superior
10. Grau superior
(Potencial)
11. Avaliação do Desempenho e Potencial
12. Empresa
13. Planejamento Estratégico da Empresa
14. Estrutura Organizacional da Empresa
15. Gestão da Empresa
16. Empresa de Manutenção
17. advogado
(Desenvolvimento)
18. Plano de Desenvolvimento
19. Fases de Desenvolvimento da Carreira
(Treinamento)
20. Treinamento Técnico Específico
(Grupo)
21. Chefe de Grupo
22. Grupo de Trabalho
23. Dinâmica de Grupo
24. Carreira
25. Carreira Profissional
(Salarial)
26. Tabela Salarial da Carreira
(Chefe)
27. Chefe de Grupo
28. Chefe de Seção
29. Projetos
30. Atividade
31. Atividade Profissional
32. Atividade aeronáutica
33. Curso
34. Curso de Formação de Mecânicos de Manutenção Aeronáutica – FMMA
35. Estagiário
(Ambiente)
36. Ambiente de Trabalho
(Categoria)
37. Categoria Profissional
38. Responsabilidade
39. Documentos
(Segurança)
40. Normas de Segurança, higiene e saúde no trabalho
41. Sistemas
42. Técnico de Sistemas
43. Sistemas de Informação
(Funcional)
44. Enquadramento Funcional
(Controle)
45. Controle de Arquivos

46. Controle Documental
47. Controle da Qualidade
48. Controle de Ponto
49. Planejamento
50. Planejamento Estratégico
51. Pareceres
52. Pareceres Técnicos
(Recursos)
53. Recursos Humanos
54. Trabalhador
(Plano)
55. Plano de Cargos da Y M&E Brasil
56. Plano de Cargos
57. Plano de Estágio
58. Assistente
59. Assistente de Organização e Administração
60. Mecânico Assistente de Interiores de Cabine
61. Entrevista
62. Equipe
63. Perfil
64. Perfil do candidato
(Pessoal)
65. Desenvolvimento Pessoal
66. Quadro de Pessoal
67. Vagas
68. Cargo
69. Chefia
(Indicadores)
70. Indicadores Comportamentais
(Organizacionais)
71. Objetivos Organizacionais
72. Candidato
73. Supervisor
74. Avaliador
75. Salário
(Certificado)
76. Certificado Escolar
77. Certificado de Habilitação
78. Certificado de Reservista
79. Certificado de Conhecimento Teórico ANAC
80. Certificado de Habilitação Técnica – CHT (Certificado de Conhecimento Técnico)
81. Escola de Formação
(Obra)
82. mão de obra
(Operador)
83. Operador de Sistemas
84. Operador de Help Desk
85. Operador de Calibrações
86. Operador de Galvanoplastia
87. Profissional
88. Exoneração
89. -Processamento
90. Centro de Processamento
91. Processamento Tecnológico
92. Hierarquia
93. Supervisão
(Transporte)
94. Auxílio transporte

Fonte: elaborado pela autora.

Obs.: Os termos que aparecem entre parênteses são aqueles que identificaram os termos compostos quando da busca pelo contexto.

No setor de Administração (setor 2, Quadro 8) e no setor de Marketing (setor 6, Quadro 9) identificou-se a mesma realidade do setor de Recursos Humanos (setor 5, Quadro 7), ambos sendo compostos tanto por Termos Organizacionais quanto Operacionais. O setor de Administração (setor 2, Quadro 8) apresentou 75 termos gerais e apenas 12 termos relacionados à missão; e o setor de Marketing (setor 6, Quadro 9) 61 termos gerais de empresas e 20 relacionados à missão. Isso significa que cada Setor Empresarial Recorrente caracteriza-se por representar um departamento funcional da organização com um todo e, por assim ser, apresentar um repertório de termos que caracterizam a função do Setor A, por exemplo, que se vale de termos e seus conceitos para operacionalizar suas tarefas como Gerente, Cliente, Relatório, Presidente, Planejamento. Contudo, ao mesmo tempo, por lidar com as características específicas de uma empresa e, com isso, as atividades relacionadas à sua missão, em ambos setores, aparecem termos específicos do setor de Operacionalização de Processo e Produto – Termo Operacional (Aeronaves, Empresa de Manutenção de Aeronaves, Manual de Procedimentos, ANAC, Acidente Aeronáutico, Área Industrial, Oficina de Trem de Pouso, Família de Motores).

Quadro 8 – setor de Administração

SETOR DE ADMINISTRAÇÃO	
1.	Segurança Segurança operacional
2.	Gerenciamento de Segurança
3.	Política de Segurança
4.	Serviço
	(Manutenção)
5.	Empresa de Manutenção de Aeronaves
6.	Empresa
7.	Gerente
8.	Aeronaves
9.	Qualidade
	(Manual)
10.	Manual de Procedimentos
11.	Manual de Processos
12.	Manual de Normas
13.	Trabalho
14.	Treinamento
15.	Sistema
16.	Sistema de Gerenciamento
17.	Componentes
18.	Oficina
19.	Colaboradores
20.	Etiqueta
21.	Aeronave
22.	Cliente
23.	Garantia
24.	Garantia da Qualidade
25.	Tarefas
26.	–Responsabilidade
27.	Termo de Responsabilidade
28.	Controle
29.	Processo
30.	Registro
31.	ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil)
32.	Grupo
33.	Objetivos
34.	SADP (Sistema de Avaliação de Desempenho e Potencial)
35.	Normas
36.	Relatórios
37.	Presidente
38.	Equipamentos
39.	Gerentes
40.	Vice-Presidente
41.	Vice-Presidência
42.	Atividade
43.	Capacidade
44.	Resultado
45.	Avaliador
46.	Operador (Gestor)
47.	Gestor de Segurança Operacional
48.	Aeronavegabilidade
49.	Entrevista
50.	Equipe
51.	Inspetores
52.	Projeto (Linha)
53.	Linha de Produção

54. Executivo
55. Planejamento
56. e-mail
57. e-mail corporativo
58. Colaborador
59. Documento
60. Trabalho
61. Marketing
62. Pessoas
63. Objetivo
64. Suporte
65. Acidente
66. Acidente de Trabalho
67. Acidente Aeronáutico
68. Conhecimento
69. Erro
70. Supervisor
71. Auditoria
72. Chefia
73. Vendas
74. Inspetor
75. Presidência
76. Certificado
77. Atividade
78. Portaria
79. SAP (business management software)
80. Regulamentos
81. Contrato
- (Medidas)
82. Medidas
83. Corretivas (ações corretivas)
84. Visitante
- (Agentes)
85. Agentes de Segurança
86. Autoridades
87. TND (Testes Não Destrutivos)

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 9 – setor de Marketing

SETOR DE MARKETING	
1.	Competência
2.	Empresa
3.	Centro de Manutenção
4.	Projeto
5.	Pessoas
6.	Foco em pessoas
7.	Gestão de pessoas
8.	Aeronaves
9.	Trabalho
10.	Equipe
11.	Equipe de Projetos
12.	Indicadores
13.	Oficina
14.	Oficina de Navegação
15.	Oficina de Hidráulicos
16.	Oficina de Trem de Pouso
17.	Oficina de Pintura
18.	Oficina de Interiores
19.	Cliente
20.	Empresas
21.	Capacidade
22.	EMBRAER
23.	Colaboradores
24.	Visão (Foco)
25.	Foco no cliente
26.	Coordenador
27.	Equipamentos
28.	Área Industrial
29.	Área de Aviação
30.	Área de Tecnologia de Ponta)
31.	Força Aérea Brasileira (FAB)
32.	Qualidade
33.	Sistema de Qualidade
34.	Cultura da Qualidade
35.	Padrão de Qualidade
36.	Preço e Qualidade
37.	Desenvolvimento
38.	Desenvolvimento Pessoal
39.	Projeto
40.	Perfil
41.	Profissional (Reparo)
42.	Manutenção, Reparo e Revisão de Aeronaves (Motores)
43.	Oficina de Motores
44.	Família de Motores,
45.	NCF – Nível de Competência da Função
46.	Tabela
47.	Valores
48.	Valores da Mão de Obra
49.	Valores da empresa
50.	Planejamento
51.	Aeronave
52.	Metas (Controle)
53.	Controle Ambiental

54. Liderança
55. Ambiente
56. Meio ambiente
57. Ambiente de Trabalho
58. Ambiente Organizacional
59. Colaborador
60. Perfil
61. Profissional
62. Valor
63. Boenig
64. Criatividade
65. Flexibilidade
66. Habilidade
67. Planilha
68. APUS
69. Cultura
70. Cultura da Empresa
71. Cultura da Pessoa
72. Gerente (Interpessoal)
73. Relacionamento Interpessoal (Treinamento)
74. Treinamento Técnico
75. Dados
76. Empreendedorismo
77. Estrutura
78. Prazo
79. Recurso
80. Tecnologia
81. Tratamento

Fonte: elaborado pela autora.

Destaca-se, ainda, que esses resultados mostraram que a terminologia relacionada à missão da empresa ocorre exclusivamente nos setores denominados de setor de Produção, Operação e Manutenção (100%) (setor 8), como ilustraram os dados da Figura 31 e Quadro 5 com os exemplos dos termos: Acobertado pelo AWB, Carga Perigosa, Equipamento de Emergência, Oficina de Equipamento de Emergência. Nos demais setores, o percentual de ocorrência é baixo, aproximadamente 11% no setor de Recursos Humanos (setor 5), 14% no setor de Administração (setor 2) e 25% no setor de Marketing (setor 6), ou seja, a porcentagem de Termos Organizacionais é bem maior nos setores que têm como função a administração da empresa, demonstrando quais são os termos e conceitos que ali circulam, os quais precisam ser conhecidos pelo empregado e pelo Gestor Terminológico ao querer trabalhar com o GTE.

Outra constatação alcançada com a observação do organograma e com os termos encontrados foi a de que entre os 244 Termos Organizacionais identificados, há 24 termos que são recorrentes nos setores que integram o Setor A. São eles: Ambiente de

trabalho, Atividade, Avaliação do Desempenho e Potencial, Avaliador, Capacidade, Chefia, Cliente, Colaborador, Colaboradores, Desenvolvimento Pessoal, Empresa, Entrevista, Equipe, Gerente, Objetivos, Perfil, Pessoas, Planejamento, Profissional, Projeto, Qualidade, Sistema, Supervisor e Trabalho.

Já dentre os 42 Termos Operacionais (Setor B – Operacionalização de Processo e Produto), apenas dois repetem-se: Aeronave e Oficina⁵⁹, ambos nos Setores de Administração (2) e de Marketing (6). O termo Oficina ocorre no setor de Produção, Operação e Manutenção, mas como um termo composto: Oficina de Equipamentos de Emergência.

Salienta-se que esse reconhecimento da categoria terminológica empresarial e com ela o Termo Organizacional e o Termo Operacional auxilia nos estudos terminológicos, mostrando que a categoria de termo não se restringe aos domínios técnico-científicos e, portanto, cabe avançar na descrição de propriedades de categorias que não são tradicionalmente estudadas, mas que são relevantes para a sociedade.

Esses resultados são fundamentais também para os estudos terminológicos com interface na Tradução, na Lexicografia, nas Ciências da Informação, pois auxiliam e muito nas relações que essas áreas precisam estabelecer com os diferentes contextos em que operam. O reconhecimento da categoria da terminologia empresarial, por exemplo, auxilia e muito os estudos da Tradução no momento em que há a necessidade de se traduzir documentos no interior de uma empresa devido às relações de comércio internacional que ela pode ter com outros países. Além disso, outro fator importante é a própria alimentação do sistema de informação da empresa e a recuperação das informações (Ciência da Informação), já que o setor de Tecnologia da Informação é um Segmento Recorrente nas empresas. Os resultados aqui alcançados oferecem subsídios para que o administrador de uma empresa, auxiliado pelo Gestor terminológico, tenha condições de olhar com mais atenção para a terminologia circulante em sua empresa e o

⁵⁹ A definição para estes dois termos, conforme a Empresa de MRO, é: **Aeronave:** é um equipamento tecnológico extremamente complexo. Deve passar por processos de manutenção periodicamente para que possa desempenhar com segurança e confiabilidade sua função: o transporte de passageiros, seja em curta ou longa distância. Além disso, a aeronave é o produto que sustenta a uma MRO, uma vez que, sem ela, o setor não existiria. **Oficina:** é o local em que os componentes aeronáuticos são submetidos aos processos de manutenção (inspeção, reparo ou revisão). A oficina, em uma unidade de negócio que executa checks de grande proporção, ou seja, em que haja desmontagem de grandes áreas da aeronave para inspeção, tem por cliente o hangar, local em que a aeronave está posicionada em processo de trabalho, é no hangar que os componentes das aeronaves são removidos e depois reinstalados (Empresa Y M&E Brasil).

papel que ela pode desempenhar e, acima de tudo, a geração de lucro que ela pode causar.

Dessa forma, neste capítulo, buscou-se cumprir os objetivos, construindo uma metodologia que se inscreve entre o teórico e o aplicado, que reflete a respeito da categoria terminológica e demonstra os caminhos percorridos.

Na sequência, no Capítulo 6, apresentam-se as diretrizes para o Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE), em especial suas características gerais e suas condições básicas.

6 DIRETRIZES PARA O GERENCIAMENTO DA TERMINOLOGIA EMPRESARIAL

Com base nos estudos terminológicos e à luz do estudo de caso da Empresa Y de Manutenção e Engenharia Brasil, bem como da descrição e do reconhecimento da categoria terminológica empresarial, Termo Organizacional e Termo Operacional, neste capítulo, apresentam-se algumas diretrizes para o modelo de Gerenciamento de Terminologia Empresarial – GTE, que vem sendo discutido desde o início desta tese.

A partir dos resultados obtidos, propõe-se o GTE como um conjunto de tarefas terminológicas capaz de armazenar, tratar e divulgar as informações de uma empresa de maneira ágil e correta em um único local de fácil acesso a todos os funcionários. Nesse sentido, o GTE permite uma comunicação mais eficaz e ágil entre os diferentes setores e funcionários da empresa. Visa também a uma série de tarefas que podem ser realizadas com base nas informações terminológicas como, por exemplo, a criação de um glossário dos produtos e serviços da empresa, disponível para o público externo, armazenado no site da organização ou impresso e distribuído na sua sede. Este glossário poderá, por exemplo, apresentar a variação denominativa dos termos e, num processo de harmonização, indicar o uso mais adequado para determinada situação de comunicação.

Desse modo, acredita-se que o GTE pode ser desenvolvido com base no trabalho do Gestor Terminológico, profissional este que tem habilidades suficientes para lidar com os diferentes repertórios de termos da empresa e todos os problemas que isso envolve, bem como com suas variações. Pressupõe-se que sua atuação deva se dar no Setor de Comunicação da empresa, o qual, normalmente, já existe. Contudo, é necessária uma pequena adaptação dentro da empresa, criando-se um Setor de Comunicação e Terminologia para que o trabalho de GTE funcione, reunindo, assim, o profissional do Marketing, por exemplo, e o de Terminologia.

Como conjunto de tarefas terminológicas (mapas conceituais, corpus de textos, glossários etc.), o GTE dar-se-á com a criação de uma plataforma de dados

terminológica, a Plataforma⁶⁰ TERM, caracterizada por ser composta de uma base de dados com todas as informações textuais da empresa já existentes e as que forem criadas ao longo do processo de gerenciamento. A base de dados será composta também por fichas terminológicas (Apêndice G) a serem criadas para o trabalho de levantamento da terminologia da área e geração de glossários, por organogramas desenvolvidos como etapa metodológica para a elaboração de glossários e como metodologia para o melhor entendimento do funcionamento da empresa em seus diferentes setores e, por fim, por glossários gerais da empresa, bem como, específicos de cada setor.

A Plataforma TERM será criada e alimentada pelo Setor de Comunicação e Terminologia, associado ao setor de Tecnologia da Informação da empresa⁶¹. Antes de descrever com maior detalhamento a composição e funcionamento da Plataforma TERM, assim denominada para este trabalho, é necessário tratar de aspectos como as condições de gerenciamento, as etapas básicas de trabalho e o perfil da empresa.

Com base nos apontamentos já referidos neste trabalho, estabeleceram-se algumas condições básicas para o desenvolvimento do GTE. É importante a observação de todos esses aspectos para que o processo tenha um bom desempenho.

6.1 Condições básicas para o GTE

Para o GTE, existem algumas condições básicas, contudo os itens a) e b) são desejáveis, podendo nem todas elas serem observadas:

⁶⁰ Plataforma é uma estrutura computacional de hardware ou de software que suporta a adição de outros recursos computacionais, que geralmente trabalham juntos (ou podem não também) em busca de um objetivo comum. A plataforma pode ter uma base de dados, mas pode haver uma plataforma de base de dados onde se pode acoplar diversas bases de dados. Por sua vez, uma base de dados pode ser vista com um conjunto de dados "levemente" organizados de forma eletrônica e digital. Logo, banco e base de dados são diferentes. O banco de dados é formal, fortemente organizado e estruturado, sendo essa diferença importante, pois muitos dizem que têm banco de dados e têm, na verdade, base de dados. Banco de dados é um estrutura computacionalmente formal, estruturada. A base de dados pode ser o conjunto de textos de um website, um conjunto de registros listados ou até um conjunto enorme de bancos de dados.

⁶¹ O formato de informatização da Plataforma é algo para ser construído pelos profissionais da Informática. A contribuição deste trabalho fundamenta-se nas questões linguísticas e terminológicas.

a) conscientização na empresa de que se comunica por meio de terminologia e que esta é fator determinante do seu sucesso e lucro;

b) ter um setor de Comunicação e Terminologia e nele um funcionário Gestor Terminológico; e

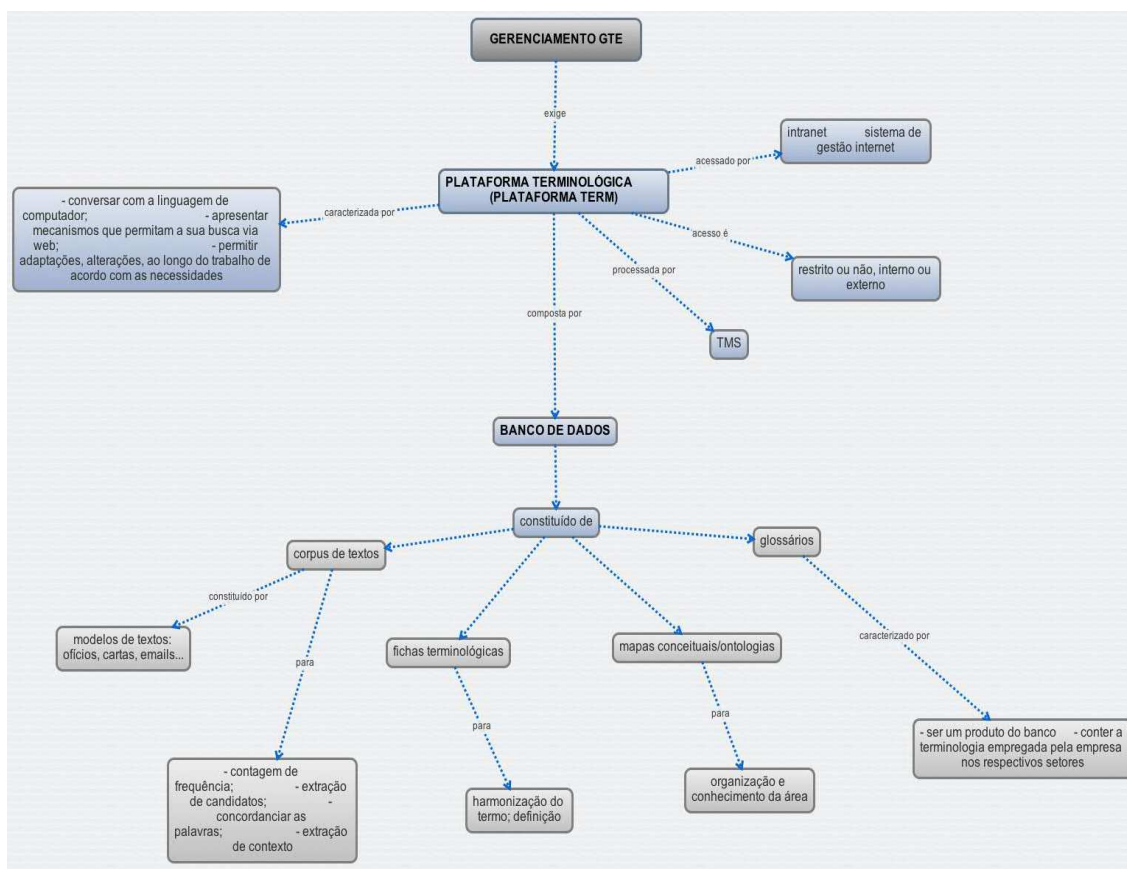
c) clareza de que o GTE será construído como um instrumento de auxílio para a execução das tarefas diárias com base no princípio de proteção da informação para a empresa.

Em conjunto com as condições básicas de Gerenciamento da Terminologia Empresarial, podem ser descritas quatro etapas básicas de trabalho a serem desenvolvidas na empresa, observadas como necessárias a partir do estudo de caso realizado na empresa Y M&E Brasil. São elas:

1. conhecer a empresa e sua organização (fato associado à sua missão e visão);
2. reconhecer os setores e as diferentes gestões;
3. reconhecer as características gerais da terminologia da área/setor (fato que implica no princípio de que a terminologia da empresa tem a ver com o propósito, o organograma e a missão da mesma); e
4. verificar o melhor modo de harmonização/padronização e disponibilização das informações em instrumentos terminológicos a serem disponibilizados na Plataforma TERM, associada ao sistema de gestão da informação empregado pela empresa ou não.

Posterior à execução dessas quatro etapas básicas e da observação das condições para o desenvolvimento de GTE é que o Gestor Terminológico começará a desenvolver o trabalho para a criação da Plataforma TERM na respectiva empresa. Nesse sentido, apresenta-se visualmente a sua possível estrutura física geral criada como mecanismo para o processo de GTE. Na estrutura, aparecem algumas descrições de como podem ser executadas cada tarefa terminográfica, as quais são detalhadas ao longo do trabalho.

Figura 33 – Organização visual da proposta de GTE



Fonte: elaborado pela autora.

TMS: *Terminology Management System*

6.2 Características gerais do GTE

A Plataforma TERM pode ser caracterizada como um instrumento de auxílio na comunicação da empresa com caráter colaborativo, no sentido de que os funcionários dos diferentes setores da empresa possam alimentá-la e que o Setor de Comunicação e Terminologia, ao lado do Gestor Terminológico, possa gerenciar todas as informações novas nela inseridas.

Outra característica da Plataforma TERM é que ela possua um sistema de recuperação e consulta às diferentes informações, com acesso restrito ou não, tanto por meio do acesso com logim e senha no próprio endereço eletrônico da Plataforma como por meio de link no site da empresa, na intranet e/ou sistema de gestão da informação.

De um modo geral, a Plataforma TERM poderá ter links para busca dos termos que a empresa utiliza e que precisarão ser definidos por ela, servindo como ferramenta de apoio. Nesse caso, para a área pesqueira, por exemplo, há a base Ictio Term (<http://www.ictioterm.es/>). A plataforma TermWeb (<http://termwebdemo.termweb.se/termweb/app>) e a plataforma TermStar (<http://www.starspb.ru/eng/clients/>) podem servir como ferramentas para a criação de instrumentos terminográficos, como glossários, ao lado da plataforma do e-Termos (<http://www.etermos.cnptia.embrapa.br/index.php>)⁶², por exemplo. Com isso, além da utilização dos trabalhos terminográficos já desenvolvidos, como a Base Ictio Term, há o aproveitamento das ferramentas computacionais terminológicas disponíveis no mercado para o desenvolvimento de instrumentos terminográficos.

Outro aspecto fundamental para o funcionamento da Plataforma TERM é a sua manutenção, pois depois de alimentada pela primeira vez, ela deverá ser constantemente atualizada de modo que as novas terminologias e informações importadas, criadas e utilizadas devam ser ali disponibilizadas. Logo, o trabalho do Setor de Comunicação e Terminologia, - do Gestor Terminológico - ao lado dos diferentes setores, deverá ser de fundamental importância.

Como mecanismo de manutenção da base e como forma de o setor responsável estar sempre atento às novas terminologias, é possível a realização de cursos de treinamento e aperfeiçoamento aos funcionários⁶³ sobre os diferentes assuntos relacionados aos seus cargos e funções, sendo, nestes momentos, solicitado aos funcionários que façam uma listagem dos termos novos e desconhecidos que empregam no seu dia a dia de trabalho. Estes registros devem ser tomados pelo Setor de Comunicação e Terminologia e, a partir daí, observada a necessidade de sua definição em glossários para a empresa.

⁶² As ferramentas que serão utilizadas para a criação dos instrumentos terminológicos poderão ser definidas pelo Gestor Terminológico de acordo com a realidade da empresa que ele encontrar. Contudo, pelas características que apresenta a plataforma do e-termos e pelo seu fácil acesso, está poderá ser a plataforma colaborativa on-line a ser empregada.

⁶³ Como forma de comprovação de que este recurso é fundamental para a qualificação terminológica de uma empresa, destaca-se o curso Learning Point, oferecido pela Ferrari (<http://ferrari.eurolearning.com>) aos seus funcionários na sua montadora na Itália, desenvolvido por uma equipe especializada de linguistas, tradutores e terminólogos, dentre eles os pesquisadores Franco Bertaccini e Marzia Sebastiani da Universidade de Bologna.

Do mesmo modo, outra alternativa para que os funcionários estejam atentos às terminologias que utilizam, bem como àquelas novas, é a colocação de lembretes no sistema de gestão da informação e também o envio de e-mails corporativos, informando sobre o uso adequado da nova terminologia importada ou criada na sede da empresa.

Essas são algumas das características gerais da Plataforma TERM e do modo de manutenção. Ela se caracteriza por ser composta basicamente de quatro produtos/instrumentos terminográficos armazenados na sua plataforma, sendo eles: corpus de textos, fichas terminológicas, mapa conceituais/organogramas/ontologias e glossários, como ilustrado na estrutura física da Plataforma, Figura 33.

O corpus de textos a compor a Plataforma TERM caracteriza-se pela compilação do conjunto de textos produzidos pela empresa nos seus diferentes gêneros textuais para as variadas necessidades comunicacionais, e respectivos setores. Esses textos são compilados em acordo com os requisitos da Linguística de Córpus (BERBER SARDINHA, 2004) para serem processados de modo informatizado, a fim de ser possível desenvolver outras tarefas terminográficas, como a extração de candidatos a termos da empresa. Os mapas conceituais/organogramas/ontologias são criados também como etapa do trabalho de produção de um glossário ou também como propósito de conhecimento da área de atuação. As fichas terminológicas, por sua vez, auxiliam no processo de levantamento e trabalho com a terminologia da empresa, de modo a consolidarem-se como etapa fundamental para a elaboração do glossário.

Por fim, com base em toda essa descrição e nos resultados do estudo de caso, pode-se perceber que o processo de comunicação e os termos têm um comportamento específico na empresa Y M&E Brasil, por se tratar de uma empresa que utiliza sistema de gestão da informação. Contudo, o GTE pode ser aplicado também em uma empresa que não possui sistema de gestão da informação. Nesse sentido, têm-se duas situações distintas de empresas que podem receber o GTE, considerando sempre que em ambos os casos deve-se prever as necessidades terminológicas bilíngues ou multilíngues (empresas nacionais ou internacionais). Elas podem ser assim descritas:

A. GTE geral para uma empresa X que utiliza sistema de gestão da informação, com a descrição de etapas gerais e específicas, variantes de acordo com a realidade da mesma.

B. GTE para empresas que não utilizam sistema de gestão da informação.

Nessa perspectiva, o que se apresenta na sequência é uma breve descrição do GTE na empresa Y M&E Brasil tomada como estudo de caso, a fim de ilustrar o GTE na prática em uma empresa que já possui sistema de gestão.

6.3 Possibilidade de aplicação do GTE na empresa estudo de caso

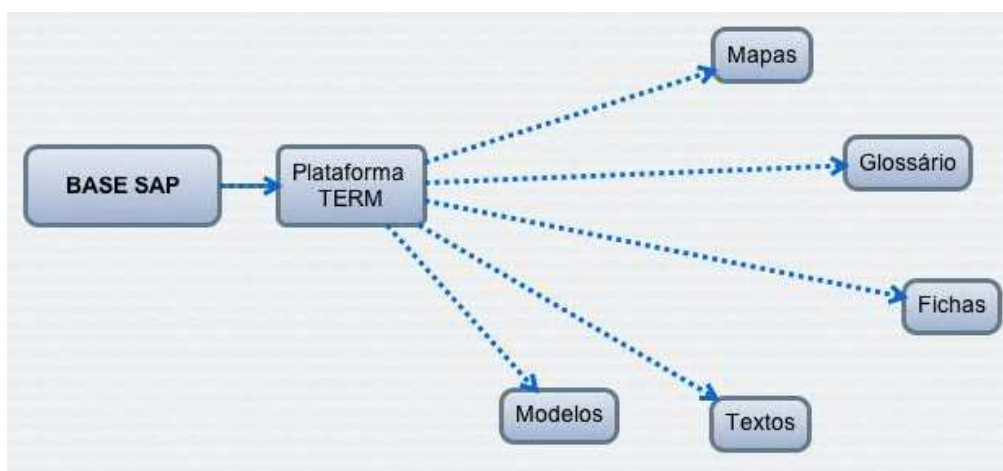
Neste momento, cabe detalhar algumas características do GTE e da Plataforma TERM para sua implantação na empresa Y M&E Brasil, cuja finalidade primeira seria a de melhorar as condições de organização da informação, uma vez que ela emprega o sistema SAP R/3 para gerenciar todas as suas informações e que em sua base está o ideal da padronização da terminologia (RABELLO, 2011), ao contrário do que se propôs nesta tese para o GTE, a harmonização terminológica.

O papel do GTE na empresa, ao lado da Plataforma TERM, é caracterizado pela possibilidade da redução dos ruídos comunicacionais provocados pela falta de entendimento entre os funcionários que, muitas vezes, ao falar de uma mesma peça ou processo pensam estar falando de coisas distintas, como ilustrado no Capítulo 4, com o termo *Alluminium Alloy Sheet* e suas variantes (Figura 7, 8, 9 e 10) fato que se deve em muito por a empresa não apresentar nenhum repertório terminológico e por utilizar basicamente os manuais de manutenção - textos técnicos aeronáuticos - e por eles serem repletos de unidades terminológicas de difícil compreensão pelos funcionários.

A Y M&E Brasil caracterizou-se pelo emprego de dois conjuntos terminológicos, o Setor A, de Operacionalização Administrativa, e o Setor B, de Operacionalização de Processo e Produto. Desse modo, os textos (corpus de textos), os glossários, mapas conceituais/organogramas, fichas terminológicas e outros instrumentos que possam vir a ser criados respeitarão essa classificação. Contudo, no conjunto A haverá uma terminologia multidisciplinar sendo ela jurídica, administrativa, contábil e informática. No conjunto B, por sua vez, a terminologia é da área/âmbito de atuação (aviação (Engenharia Aeronáutica)) - com todas as especificidades possíveis, além de ser também uma terminologia criada para nominalizar um novo processo ou produto da empresa.

Desse modo, para o gerenciamento da empresa Y M&E Brasil, que utiliza o sistema SAP R/3, as informações terminológicas estariam assim disponibilizadas:

Figura 34 - Fluxo de acesso à informação terminológica



Fonte: elaborado pela autora.

Esse fluxograma indica que a base central é a Base SAP e que a Plataforma TERM é secundária, servindo como mecanismo de alimentação e de consulta à Base SAP. Contudo, ela pode ser acessada, como descrito anteriormente, nas características gerais da Plataforma TERM, por link na intranet, no site oficial da empresa e por link na Base SAP.

No que se refere à alimentação das informações da Plataforma TERM e à luz das observações, para que o trabalho de GTE se desenvolva corretamente, as informações

que chegam à empresa e que dela saem devem respeitar o seguinte fluxo, Figura 35 e Figura 36, respectivamente:

Figura 35 - Fluxo do processamento terminológico das informações recebidas pela empresa



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 36 - Fluxo do processamento terminológico das informações criadas pela empresa



Fonte: elaborado pela autora.

Acredita-se que com esse fluxo de controle das informações a terminologia da empresa estará sempre sendo cuidada e gerenciada, de modo a diminuir os ruídos na comunicação, agregando, assim, rendimento e lucratividade a ela.

Com relação aos instrumentos terminográficos, de acordo com o observado, a empresa necessita, num primeiro momento, de um glossário da sua Terminologia de Operacionalização Administrativa, Termos Organizacionais, e de outro da Terminologia

de Operação de Processo e Produto, Termos Operacionais, podendo ser com ou sem definição, num primeiro momento.

As fichas terminológicas a serem desenvolvidas para os glossários da empresa, em especial para o glossário dos Termos Operacionais, deverão conter os termos sinônimos, as variantes, os termos alfanuméricos e os termos internos como equivalentes aos termos técnicos, a exemplo do descrito no Capítulo 4. No que diz respeito ao caso dos termos sinônimos, como alternativa para a diminuição dos ruídos de comunicação, sugere-se que seja realizada uma consulta aos especialistas dos setores de operação da Y M&E Brasil para que eles apontem qual a formação terminológica mais adequada para a denominação de determinada peça ou processo, permitindo, assim, que não haja mais problema de cadastro de peças e processos no sistema SAP R/3.

Outra atividade do GTE que não envolve diretamente a Plataforma TERM e os seus instrumentos terminográficos é proporcionar uma melhora da utilização do sistema SAP com base no conhecimento terminológico da Plataforma TERM. Essa melhora, com base no estudo de caso e identificação dos principais problemas, pode ser realizada com pequenos ajustes no sistema de consulta do SAP R/3, sendo disponibilizados os termos e suas variantes para a consulta, mas, para o registro, devendo ser permitido apenas o termo técnico, uma vez que a empresa possui o princípio de padronização terminológica. Outro aspecto se refere ao fato de o sistema ter dados pré-estabelecidos sobre as principais partes das aeronaves, seus laudos, peças e processos para que na hora do preenchimento das informações no sistema estas sejam as mais adequadas possíveis, necessitando o funcionário apenas clicar na opção mais correta, implementando manualmente apenas uma pequena observação. Essa alternativa agiliza o reparo da aeronave e diminui o seu custo, ou seja, produz uma melhor comunicação. Isto tudo significa apenas olhar para o funcionamento do SAP R/3 com um olhar terminológico, o que ilustra o importante papel que tem o Gestor Terminológico em uma empresa, pois disponibilizar as informações adequadas na base permitindo que o usuário apenas a selecione é uma atividade simples, porém capaz de resultar grandes ganhos para a empresa.

Por fim, destaca-se que o estudo de caso com a empresa Y M&E Brasil e a proposta de GTE permitiram chegar há alguns resultados positivos para a empresa e para a criação do modelo de GTE. Diante disso, o propósito primeiro da tese de propor

princípios básicos de Gerenciamento da Terminologia Empresarial está sendo cumprido. É sabido que há muito a ser refletido e ser criado ainda; todavia, acredita-se que os resultados aqui apresentados são inovadores para a área de investigação da Terminologia e da terminologia nas empresas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já destacado ao longo do trabalho, o processo de comunicação e divulgação terminológica sofreu uma alteração nas últimas décadas, fazendo com que os saberes e as terminologias não ficassem mais restritos a pequenos grupos de pessoas ou a gabinetes fechados. Junto com essa era da Globalização, adveio a expansão e renovação das tecnologias e, por consequência, das terminologias.

Nesse contexto, a motivação desta tese pautou-se na renovação terminológica das empresas, no uso e na divulgação de suas informações de modo a garantir, num processo de comunicação entre os seus diferentes usuários, uma comunicação mais eficaz com menos ruídos, mais harmonizada. Isso tudo porque projetos terminológicos, como afirma Barros (2004), podem resolver, nas empresas, os problemas de comunicação, facilitando a transferência do saber científico e técnico, nos diferentes idiomas que a empresa utilizar para suas transações comerciais.

Assim, esta investigação guiou-se pelo interesse em: a) avançar em estudos sobre um tipo de terminologia – a empresarial –, visando ao seu reconhecimento, e b) propor subsídios metodológicos para o Gerenciamento da Terminologia Empresarial (GTE), o qual se apresenta como uma importante contribuição dos estudos terminológicos de caráter linguístico à sociedade contemporânea.

Nesse sentido, especificamente, a tese objetivou, como o apresentado no primeiro capítulo, numa perspectiva mais teórica, descrever tanto o estatuto terminológico das unidades lexicais que circulam em empresas quanto a natureza constitutiva dos termos que compõem a categoria empresarial; e, numa linha mais prática, propor diretrizes metodológicas para o GTE.

Para a concretude do propósito, o percurso foi trilhado à luz da abordagem da teoria linguístico-comunicacional da Terminologia, segundo a qual o termo é visto como uma unidade da língua geral que assume o valor especializado de acordo com o seu contexto comunicativo. Por ser uma unidade da língua geral, assume todas as implicações sistêmicas e pragmáticas que isso implica, olhando fortemente para os aspectos da variação, da sinonímia, da ambiguidade, entre outros. Para além disso, assumiu-se o termo como uma unidade da língua que pode designar um conceito, um

objeto, um processo ou um método e, com isso, a possibilidade de, no interior de uma empresa, o termo representar os respectivos conceitos adotados pelo ramo de especialidade da organização e referir os objetos ou processos criados ou desempenhados na departamentalização da empresa. Observou-se também que o termo como designativo de conceito, objeto ou processo estava diretamente relacionado com a missão que a respectiva empresa apresentava.

O trabalho encetado também apoiou-se na perspectiva aplicada da Terminologia. Assim, foi na Terminografia que esta tese embasou-se para a elaboração da metodologia de descrição e reconhecimento do estatuto terminológico dos termos empresariais e para a criação do GTE, destacando-se a observação de três princípios: a pertinência temática, a pertinência pragmática e a frequência. Além disso, apontamentos teóricos da Linguística de *Cópus* também foram fundamentais para o desenvolvimento das etapas metodológicas do trabalho terminográfico, em especial na etapa de compilação do *corpus* de estudo.

No âmbito da Comunicação, os estudos ambientaram-se na retomada de alguns dos seus princípios pelas palavras da pesquisadora Diana Luz de Barros, destacando a complexidade que envolve o processo de comunicação e de sua gestão, enfatizando-se no contexto da empresa numa perspectiva terminológica de estudos e todas as implicações que isso acarreta, como o olhar para a sinonímia e a variação, por exemplo. Nessa linha de raciocínio, a proposição que se fez foi tratar dessas questões numa perspectiva de harmonização terminológica com a identificação dos equivalentes, prevalecendo as necessidades comunicativas e o respeito pela diversidade denominativa.

Para prosseguir com a investigação sobre o termo empresarial foi também necessário, como prevê a própria Terminografia, reconhecer o domínio de saber especializado, neste caso, o contexto de atuação. Isto significou percorrer alguns escritos sobre a comunicação nas empresas, o que permitiu identificar que muitas delas olham para a comunicação, e para os termos, como um componente estratégico em que a qualidade das informações são imprescindíveis, levando à obtenção de êxito os projetos de gestão do conhecimento. Além disso, possibilitou também identificar que existem em outros países empresas especializadas em realizar a gestão da terminologia (Lionbridge e WHP). Metodologicamente, esta foi uma etapa importante para a descrição da terminologia empresarial. Nessa mesma linha aplicada de tarefas, uma atividade necessária foi a descrição da constituição da economia do país, o que resultou

na organização estrutural da economia do país, permitindo observar a estruturação e as relações das empresas num contexto maior.

Tendo conhecimento do processo de comunicação empresarial e da organização da economia do Brasil, foi possível adentrar no perfil do profissional que está apto ao trabalho com a terminologia da empresa. Isso se descreve desse modo aqui, porque se postulou nesta tese que para o trabalho com o termo empresarial e com o Gerenciamento da Terminologia Empresarial existe a figura, assim denominada nesta tese, do Gestor Terminológico. Este profissional foi descrito como alguém capacitado para desenvolver diversas atividades terminográficas no interior de uma empresa, atentando sempre para as reais necessidades de comunicação da organização. Dentre as suas características, destacaram-se a competência cognitiva na área de especialidade da empresa, esta diretamente relacionada à sua missão; a competência linguística, com o devido conhecimento da língua de trabalho ou das línguas para o caso de empresas multinacionais; a competência sociofuncional, uso e criação adequados das ferramentas terminográficas (com especial olhar para a variação); a competência metodológica, atrelada ao manuseio das informações para a criação de ferramentas terminográficas; e a competência intercultural, focada na resolução de problemas que envolvem a cultura de cada língua ou de cada região do país sede da empresa. Ambas as competências fazem do Gestor Terminológico um profissional harmonizador de terminologia no interior de uma empresa e um profissional capaz de desenvolver as seguintes tarefas: a organização da documentação; o levantamento dos termos; a recolha de dados sobre os termos e suas variantes; a análise e a organização dos dados recolhidos em fichas terminológicas e banco de dados; as reuniões de trabalho para a harmonização da terminologia; e a criação e supervisão de mecanismos de divulgação da terminologia – ferramentas terminográficas.

Outro aspecto destacado foi a falta de trabalhos no segmento empresarial, em especial sobre o estatuto dos termos e, com isso, a falta de uma metodologia capaz de oferecer subsídios para servir de método de descrição e de reconhecimento. Essa realidade conformou-se num grande desafio que se reflete na criação de uma metodologia para a descrição e o reconhecimento do estatuto e do funcionamento dos termos das empresas e para princípios de GTE. Considerando os contextos de estudos linguísticos mais tradicionais e a distância que isso representa ao estudar o contexto empresarial, realizou-se o estudo de caso com a Empresa Y M&E Brasil.

No que se pode constatar, com especial atenção aos dois objetivos do estudo de caso: observar a organização estrutural da empresa, associando a identificação da terminologia ao organograma e à missão da empresa, e identificar aspectos que envolvem a terminologia e o modo de comunicação na empresa e os principais problemas por ela enfrentados, a Empresa Y M&E Brasil é uma importante multinacional do ramo de manutenção de aeronaves que utiliza o sistema SAP R/3 para a gestão das informações em todos os setores de sua estrutura organizacional. Feita a análise do organograma da empresa e do setor de Planejamento, ao qual se obteve acesso nas visitas e na coleta de material, concluiu-se que a Y M&E Brasil possuía sete grandes setores organizacionais com termos próprios relacionados às funções de cada setor. Isso significou dizer que a terminologia empresarial era recorrente na Y M&E Brasil, era híbrida e estava constituída por dois grandes eixos terminológicos, o eixo da Terminologia de Operacionalização Administrativa e o eixo da Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto, o que mais tarde veio a confirmar-se com a descrição e o reconhecimento terminológico dos itens lexicais das empresas. Isso permitiu afirmar, para fins de descrição da Empresa e de sua terminologia, a divisão setorial representada da seguinte forma:

Setor A – setor de Terminologia de Operacionalização Administrativa (terminologia predominante da área da Administração, com suas ramificações, da Contabilidade, do Direito, da Tecnologia da Informação e do Marketing).

Setor B – setor de Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto (terminologia predominante da área da aviação, esfera industrial/mecânica).

Esse resultado serviu como um importante parâmetro para os dados que permitiram estabelecer a categoria terminológica empresarial e com ela as especificidades do termo empresarial – Termo Organizacional e Termo Operacional.

Acerca das especificidades da comunicação empresarial e dos problemas comunicacionais, em especial, os percebidos no sistema de gestão da informação, destacaram-se a falta de gestão das informações terminológicas da empresa e a dificuldade dos funcionários em compreender o significado dos termos da comunicação diária, resultando na criação de termos tidos como sinônimos e variantes do técnico,

como Minissaia para *Coalescer Assy*, Lambretinha para *Anti-Ice Valve* ou Chapa e Chapa de Alumínio para *Aluminum Alloy Sheet 7075-0*.

A partir dos resultados do estudo de caso e dos demais tópicos aqui retomados, criaram-se quatro etapas metodológicas como condição para a descrição e o reconhecimento da categoria terminológica empresarial, as quais podem servir de base para trabalhos futuros. São elas:

- i) reconhecer a organização estrutural (pelo organograma) das empresas de um modo geral e com ela o modo de dizer, tendo em vista a necessidade de conhecimento da área empresarial para relacionar com o léxico especializado empregado;
- ii) identificar os setores organizacionais que são comuns às empresas, de modo a poder falar de uma organização terminológica comum a elas, para confirmar os resultados dos setores encontrados no estudo de caso;
- iii) criar o organograma da terminologia das empresas e seus diferentes setores; e
- iv) descrever os repertórios terminológicos recorrentes nas empresas.

No que se refere à etapa metodológica i) e ii), dentre os resultados obtidos destacaram-se a identificação dos oito Segmentos Empresariais Recorrentes como prototípicos das empresas e com eles quatro funções básicas, as quais estão contempladas pelos oito Segmentos Recorrentes.

Outro resultado importante alcançado a partir da execução dessas duas etapas metodológicas foi a identificação da existência da categoria terminológica empresarial com uma dupla segmentação:

a) **Termo Organizacional** e

b) **Termo Operacional**,

caracterizados, respectivamente, por integrarem os segmentos já destacados com o estudo de caso, Setor A – Terminologia de Operacionalização Administrativa e Setor B – Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto, o que comprovou e validou os dados obtidos e a metodologia empregada no estudo de caso desta pesquisa.

Um aspecto que recebeu destaque ainda foi a funcionalidade da terminologia operacional identificada na empresa (Setor B), do ponto de vista da pertinência temática e pragmática, caracterizada por ser a responsável por denominar conceitos que estão relacionados com a missão da empresa e, com isso, com termos que representam as tarefas pertinentes à geração de processo ou produto. Contudo, os termos identificados como organizacionais (Setor A) são os responsáveis, de um modo geral, por denominar conceitos relacionados com as atividades de gestão da empresa, assumindo-se como uma terminologia híbrida e alimentada de diversas áreas do conhecimento (Administração, Direito, Tecnologia da Informação, Contabilidade, Marketing etc.).

Ainda com relação a essa identificação da dupla segmentação da categoria terminológica empresarial em Termo Organizacional e Termo Operacional, define-se o

Termo Organizacional como um item lexical de valor terminológico, especializado, no contexto de comunicação da empresa e representativo de conceitos de gestão empresarial, logo de uma terminologia híbrida típica da gestão de empresas; e o

Termo Operacional como um item lexical de valor terminológico no contexto comunicacional da organização empresarial capaz de designar conceitos que se referem à geração de processo ou produto ligados diretamente à missão da empresa.

Além disso, é mister destacar que estas duas categorias não são completamente departamentalizadas quando se trata do contexto de comunicação de cada setor organizacional da empresa, nem quando se trata do que aqui se convencionou chamar de Setor A e Setor B, sendo o Termo Organizacional como exclusivo do Setor A e o Operacional exclusivo do Setor B. Na prática, o que ocorre, como destacado no capítulo sobre o reconhecimento da terminologia empresarial, é um predomínio dos Termos Organizacionais nos Segmentos Empresariais Recorrentes integrantes do Setor A (setor de Gerência (1), setor de Administração (2), setor Financeiro e Contábil (3), setor Jurídico (4), setor de Recursos Humanos (5), setor de Marketing e Vendas (6), setor de Tecnologia da Informação (7)) e dos Termos Operacionais no Setor B (setor de Produção, Operação e Manutenção (técnica, inspeção, apoio, planejamento, logística) (8)), o que caracteriza, respectivamente, os setores por setores cuja função é a de lidar com questões voltadas para a operacionalização da administração da empresa como um

todo, por vezes, tendo que se utilizar de Termos Operacionais para se comunicar, e por setores cuja função é de tornar operacional as etapas que envolvem a execução do processo ou do produto, o qual está diretamente relacionado com a missão da empresa, ou seja, com a área de especialidade de atuação da organização. Nesse sentido, o predomínio no Setor A é o de Termos Organizacionais, a exemplo de Gerente, Livro Caixa (setor Financeiro e Contábil (3), Chefia, Trabalho, Medicina do Trabalho (Recursos Humanos (5)). Contudo apresenta também Termos Operacionais como condição necessária para a eficácia do processo de comunicação, bem como para a realização das atividades da empresa: Mecânico Assistente de Interiores de Cabine, Empresa de Manutenção, Atividade Aeronáutica (setor de Recursos Humanos (5)).

Por fim, em resumo, tais dados permitiram afirmar que a empresa é constituída, de acordo com a funcionalidade dos termos, de Terminologia Empresarial caracterizada por dois segmentos de termos, Termo Organizacional e Operacional, que dão conta das especificidades terminológicas comunicacionais da organização, uma vez observados os aspectos temáticos e pragmáticos de cada Segmento Empresarial Recorrente.

Acerca do reconhecimento da terminologia empresarial e do resultado da existência de duas grandes categorias de termos, o Organizacional e o Operacional, é necessário salientar que se realizou uma série de etapas metodológicas e a aplicação de um conjunto de critérios (como o da pertinência temática, pertinência pragmática e o da frequência) como recursos para o alcance dos resultados e atividades que permitiram a construção de um método de descrição e reconhecimento de uma categoria terminológica, o qual poderá ser aplicado para outra categoria de termo.

No que se refere ao propósito de Gerenciamento de Terminologia Empresarial, definido no Capítulo 6 como um “conjunto de tarefas terminológicas capaz de armazenar, tratar e divulgar as informações de uma empresa de maneira ágil em único local de fácil acesso a todos os funcionários”, afirmou-se que ele pode ser desenvolvido nas empresas com base no trabalho do Gestor Terminológico, o qual deve ter competências suficientes para lidar com os diferentes termos e as problemáticas envolvidas na comunicação da empresa, em especial a questão da variação linguística. Nesse sentido, o GTE presume que o **Gestor Terminológico** tenha plenas condições de criar ferramentas terminográficas, como glossários ou outros instrumentos eletrônicos que contemplem diferentes campos de informações acerca do uso do termo e de suas variantes, não apenas conceituais, mas denominativas também, se for o caso, referindo o

respectivo setor em que elas ocorrem, visando a um processo de harmonização terminológica sem prevalecer o apagamento de nenhuma informação importante sobre o conceito ou a denominação do termo. A função dele, então, é identificar quais são os termos e quais são as variações para fazer o correto registro de tudo, indicando qual o termo e qual o conceito mais indicado para o referido setor da empresa ou para a empresa como um todo.

Para que o processo de GTE ocorra em uma empresa, algumas condições básicas desejáveis foram elencadas, tais como a conscientização na empresa de que se comunica por meio de terminologia e que esta é fator condicionante do seu sucesso e lucro; a importância de se ter um setor de Comunicação e Terminologia e um funcionário Gestor Terminológico; e a noção de que o GTE será construído como um instrumento de auxílio para a execução das tarefas diárias. Outro fator de total relevância para a eficácia do GTE é a observação das quatro etapas básicas de trabalho, conforme destacado no Capítulo 6:

1. conhecer a empresa e sua organização (fato associado à sua missão e visão);
2. reconhecer os setores e os diferentes setores de gestões;
3. reconhecer as características gerais da terminologia da área/setor (fato que implica no princípio de que a terminologia da empresa tem a ver com o propósito, o organograma e a missão da mesma); e
4. verificar o melhor modo de harmonização e disponibilização das informações em instrumentos terminográficos a serem disponibilizados na Plataforma TERM, associada ao sistema de gestão da informação empregado pela empresa ou não.

Em conformidade aos pressupostos teóricos e aos resultados com o estudo de caso na Y M&E Brasil, chegou-se ao desenho da organização da Plataforma TERM a ser criada na empresa para o processo do GTE, com especial destaque para a possibilidade que o próprio Gestor Terminológico terá para poder adequar a Plataforma às necessidades reais da sua respectiva empresa. A partir da identificação dos principais problemas comunicacionais terminológicos da empresa Y M&E Brasil, realizou-se uma proposta de aplicação do GTE em que a Plataforma TERM seria vinculada à Base SAP,

sistema de gestão da informação utilizado pela empresa para controlar todos os seus setores, sendo um recurso secundário responsável por servir de fonte para a alimentação da Base SAP e por registrar os repertórios terminológicos empregados pela empresa tanto no Setor A – Operacionalização Administrativa quanto no Setor B – Operacionalização de Processo e Produto.

Por fim, diante do duplo foco desta tese doutoral de tratar da descrição do estatuto e da natureza constitutiva dos termos das empresas (foco teórico) e de propor diretrizes metodológicas para o GTE (foco aplicado), salienta-se que os resultados alcançados são positivos frente a essa tarefa desafiadora que se propôs nesta pesquisa de doutoramento. Sabe-se, contudo, que há muito ainda a ser pesquisado e descrito para essa categoria de termo empresarial, mas o mais importante é que agora há um ponto de partida a ser tomado como guia. Nesse sentido, acredita-se ter respondido o que é uma terminologia empresarial e como se pode, teórica e metodologicamente, identificá-la de modo a contribuir com pesquisas futuras nessa área, bem como ampliar os horizontes de investigação da Terminologia e da atuação do profissional, o Gestor Terminológico.

Toda a investigação também se justificou pelo fato de a terminologia empresarial ser uma categoria terminológica empregada em larga proporção pelos diferentes segmentos da sociedade, pois as relações de compra e venda, e com elas os termos especializados, estão presentes na vida das pessoas diariamente. No segmento empresarial, a terminologia é, portanto, fator fundamental, uma vez que não há produção, execução de tarefas, geração de lucro sem comunicação, sem terminologia, ou ainda, sem o **Termo Organizacional** e o **Termo Operacional**.

REFERÊNCIAS

ALVES, I. M. Adjetivos de caráter opositivo na formação de termos sintagmáticos da economia. **Organon**, Porto Alegre, n. 50, janeiro-junho 2011, p. 221-239.

BARROS, D. P. Comunicação Humana. In: FIORIN, José Luiz (Org.). **Introdução à Linguística – I. Objetos Teóricos**. 6 ed. São Paulo: Contexto, 2010. 227 p.

BARROS, L. A. **Curso Básico de Terminologia**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

BATISTA, R. P. **Características formais da Terminologia Empresarial: um estudo de caso**. 2011. 167 p. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2011.

BENTES, A. C. Linguística Textual. In: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, A. C. (Org.). **Introdução à Linguística: domínios e fronteiras**. V. 1, 5 ed. São Paulo: Cortez, 2005. p. 245 – 287.

BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral II**. 2 ed. Campinas: Pontes, 2006.

_____. **Problemas de Linguística Geral II**. Campinas: Pontes, 1989.

BERBER SARDINHA, T. **Linguística de Córpus**. São Paulo: Manole, 2004. 410p.

CABRÉ, M.T. Terminología y buenas prácticas. **Jornada da Realiter sobre Formação em terminologia: da investigação em comunicação multilingue às competências para o exercício profissional**. Faro, 2010. Disponível em: <<http://www.realiter.net/spip.php?article1992>>. Acesso em: 15 dez. 2011.

_____. **Las nuevas terminologías aparecen en la medida en que crece el conocimiento**. 2010. Disponível em: <http://www.clarin.com/notas/2010/09/15/_-02207893.htm> Acesso em: 11 nov. 2010.

_____. **La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos**. Girona: Documenta Universitaria, 2005. 362 p.

_____; FELIU, J. (Ed.). **La terminología científico-técnica:** reconocimiento, análisis y extracción de información formal y semántica. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2001.

_____. **La terminología:** representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos. Barcelona: IULA, 1999. 369 p.

_____. **La terminología.** Teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona: Editorial Antártida/Empúries, 1993. 529p.

CAMARA, J.M. Linguística e suas modalidades. In: **Princípios de Linguística Geral.** 4 ed. Rio de Janeiro: Livraria Acadêmica, 1973. p. 36-46.

CARAVANTES, G.R.; CARAVANTES, C.B.; KLOECKNER, M.C. **Administração:** teorias e processo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 572p.

CASTILLO, R.A. **¿Cómo hacer un diccionario científico técnico?** Buenos Aires: Editorial Memphis, 1997. 184 p.

CHIAVENATO, I. **Administração Recursos Humanos:** fundamentos básicos. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2009. 324p.

_____. **Introdução à Teoria Geral da Administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 634p.

_____; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico:** da intenção aos resultados. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2004. 368p.

CIAPUSCIO, G.E. La terminología desde el punto de vista textual: selección, tratamiento y variación. **Organon**, v.12, n. 26, p. 43-65, 1998.

CONTENTE, M. Investigação e competência do terminólogo em atividade profissional. **Jornada da Realiter sobre Formação em terminologia:** da investigação em comunicação multilingue às competências para o exercício profissional. Faro, 2010, p. 1-4. Disponível em: <http://www.realiter.net/spip.php?article1992>. Acessado em: dez. 2011.

DALFOVO, O. **Quem tem informação é mais competitivo: o uso da informação pelos administradores e empreendedores que obtém vantagem competitiva.** Blumenau: Acadêmica, 2000.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual.** Tradução de Lenke Peres. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

DIJK, T.A.V. **The Puerto Rico Lectures on the Structures and Function of Discourse.** Amsterdam, 1978.

EMPRESA. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. 27 fev. 2013. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Empresa>>. Acesso em: 02 mar. 2013.

FREIXO, M.J.V. **Teorias e Modelos de Comunicação.** Portugal: Instituto Piaget, 2006. 410 p.

GARCÍA, A. M. C. **Linguística y Terminología.** México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2004. 274 p.

GAUDIN, F. **Pour une socioterminologie: des problèmes pratiques aux pratiques institutionnelles.** Rouen: Publications de l'Université de Rouen, 1993.

GOUADEC, 1990. In: KRIEGER, M.G.; MACIEL, A.M.B. **Temas de Terminologia.** Porto Alegre/São Paulo: Ed. Universidade/UFRGS/Humanitas/USP, 2001. p. 317-335.

HOFFMANN, L. **Llenguatges d'especialitat.** Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Institut Universitari de Linguística Aplicada, 1998.

JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação.** Coimbra: Livraria Almedina, 1969.

KRIEGER, M.G. Terminologia técnico-científica em espaço público: que terminologia é essa? In: **Revista da Anpoll**, v. 1, n. 26, p. 132-145, 2009.

_____. Por que Lexicografia e Terminologia: relações textuais? **Anais do VIII CELSUL.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.

_____. A identidade da Terminologia e o perfil do terminólogo. **Revista Trama**. v. 2. n. 4. p. 155-164, 2006.

_____; FINATTO, M.J.B. **Introdução à Terminologia: Teoria & Prática**. São Paulo: Contexto, 2004.

_____; MACIEL, A.M.B. **Temas de Terminologia**. Porto Alegre/São Paulo: Ed. Universidade/UFRGS/Humanitas/USP, 2001.

_____; MACIEL, A.M.B.; FINATTO, M.J.B. Terminografia das leis do meio ambiente: princípios teórico-metodológicos. In: **Temas de Terminologia**. Porto Alegre/São Paulo: Ed. Universidade/UFRGS/Humanitas/USP, 2001. p. 317-335.

LABORATÓRIO da SAP ajudará a nacionalizar softwares. **Zero Hora**. Caderno Tecnologia. Porto Alegre, 17 nov. 2009.

LANDAU, S.I. **Dictionaries: the art and craft of lexicography**. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. 369 p.

LINO, T. Terminologia e indústrias das línguas. **VII Simpósio Ibero-Americano de Terminologia, Terminologia e Indústrias da Língua**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000, p. 25-39.

MACIEL, A.M.B. **Para o reconhecimento da especificidade do termo jurídico**. 2001. 298f. (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, RS, 2001.

MARCUSCHI, L.A. Gênero: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A.A.P.; MACHADO A.R.; BEZERRA, M.A. (Org.) **Gêneros textuais e ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MOTTA, F.C.P.; VASCONCELOS, I.F.G. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo Pioneira, 2004, 449 p.

MÜLLER, A.F.; KRIEGER, M.G. A terminologia na empresa: possibilidade de estudo e trabalho. **Atas do VIII Encontro Intermediário do GT de Lexicologia, Lexicografia e Terminologia da Anpoll**. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

MÜLLER, A. F. **O reconhecimento da terminologia do Direito Previdenciário no texto Sentença Jurídica Previdenciária**. 2009. 154p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, RS, 2009.

NASSAR. In: TOMASI, C.; MEDEIROS, J.B. **Comunicação empresarial**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 445p.

NUNES, N. **Palavras Doces**: terminologia e tecnologia históricas e actuais da cultura açucareira. Portugal: Secretaria Regional do Turismo, 2003. 940p.

OLIVEIRA, L.H.M. **e-Termos: um ambiente colaborativo web de gestão terminológica**. 2009. 258p. Tese (Doutorado em Ciências de Computação e Matemática Computacional). Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, Universidade de São Paulo, São Carlos, SP, 2009.

PAVEL, S. **Manual de Terminologia**. Tradução Enilde Faulstich. Direção de Terminologia e Normalização; Departamento de Tradução do Governo Canadense. 2002. 151p.

PEARSON, J. **Terms in context**. Studies in corpous linguistics. Amsterdam & Philadelphia: Benjamins, 1998. v. 1.

PIMENTA. In: TOMASI, C.; MEDEIROS, J.B. **Comunicação empresarial**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 445p.

RABELLO, C. E. ; KRIEGER, M.G. Compatibilidades terminológicas nas empresas: Condição de interação. In: Congresso Internacional Linguagem e Interação II, 2010, São Leopoldo. **Anais do Congresso Linguagem e Interação II**. São Leopoldo: Casa Leiria, 2010. v. 1. p. 585-586.

RABELLO. C. E. Análise dos termos internos e dos termos técnicos de uma empresa aérea internacional. In: **XII Simposio de RiTerm**, 2010, Buenos Aires, Argentina.

_____. **Análise comparativa entre os termos-internos e os termos-técnicos utilizados pela equipe de manutenção da VEM – Maintenance & Engineering - CEMAN POA**. 2008. 117 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras) – Curso de Letras, Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, São Leopoldo, RS, 2008.

REY-DEBOVE, J. **Étude linguistique et sémiotique des dictionnaires français contemporains**. Paris: Hachette, 1971.

ROMUALDO, C. Funções e competências do terminólogo nas empresas Luso-polacas. **Jornada da Realiter sobre Formação em terminologia**: da investigação em comunicação multilingue às competências para o exercício profissional. Faro,

2010. Disponível em: <<http://www.realiter.net/spip.php?article1992>> Acesso em: 12 dez. 2011.

RONDEAU, G. **Introduction à la Terminologie**. Québec: Gaëtan Mourin, 1984.

SAGER, J. C. **A practical course in terminology processing**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1990.

SALES, R. Questão da linguagem usada dentro das organizações: um levantamento bibliográfico. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v.12, n.1, p. 99-111, jan./jun., 2007.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006. 279p.

SILVA FILHO, S.C. Reflexões sobre as competências terminológicas face às atividades profissionais. **Jornada da Realiter sobre Formação em terminologia: da investigação em comunicação multilingue às competências para o exercício profissional**. Faro, 2010, p. 1-4. Disponível em: <<http://www.realiter.net/spip.php?article1992>>. Acesso em: 10 dez. 2011.

SWALES, J.M. **Reserch genres: explorations and applications**. New York: Cambridge University Press, 2004.

TEIXEIRA, F.J. **Gerenciando Conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J.B. **Comunicação empresarial**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 445p.

TORRES, M.T.M.; GÓMEZ, J.G.F. La terminologia como herramienta de la gestión del conocimiento en las empresas. In: La terminologia en el siglo XXI: contribución a la cultura de la paz, la diversidad y la sostenibilidad: **Actas del IX Simpósio Iberoamericano de Terminología - RITERM**, 2006, p. 615-628.

VILELA, M.; KOCH, I.V. **Gramática da Língua Portuguesa**. 2 ed. Coimbra: Almedina, 1999.

WARBURTON, K. 2007. **Le Terminologue d'entreprise**. Disponível em <http://www.uqo.ca/terminologie2007/documents/Warburton_terminologue.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2011.

WÜSTER, E. **Introducción a la teoría general de la terminología y a la lexicografía terminológica.** Tradução de Anne-Cécile Nokerman. Barcelona: IULA, 1998.

Sites:

BRASIL, GOVERNO FEDERAL. Disponível em:
<http://www.brasil.gov.br/governo_federal/estrutura/empresas/empresas> Acesso em:
10 jun. 2009.

e-TERMOS. Disponível em: <<http://www.etermos.cnptia.embrapa.br/index.php>> Acesso em: 07 fev. 2011.

GRUPO TERMILEX. Disponível em: <<http://projeto.unisinos.br/termilex/>> Acesso em: 12 nov. 2010.

ICTIO.TERM. Disponível em: <<http://www.ictioterm.es/>> Acesso em: 07 fev. 2011.

LIONBRIDGE. Disponível em: <<http://www.lionbridge.com/lionbridge/pt-br/kc/globalization/enterprise-terminologymanagement.htm>> Acesso em: 06 jul. 2009.

PROGRAMA de Pós-Graduação em Linguística Aplicada. UNISINOS. Disponível em:
<<http://www.unisinos.br/ppg/linguistica>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

SEBRAE. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/grandes-setores-de-atuacao/industria>> Acesso em: 14 jun. 2011.

STAR SPB. Disponível em: <<http://www.starspb.ru/eng/clients/>> Acesso em: 07 fev. 2011.

TAP MAINTENANCE & ENGINEERING. Disponível em:
<<http://www.Tapme.com.br/index.asp>> Acesso em: 07 fev. 2011.

TAP. Disponível em: <<http://www.flytap.com/Brasil/pt/Empresa/AY/>> Acesso em: 04 fev. 2011.

TERM WEB. Disponível em: <<http://termwebdemo.termweb.se/termweb/app>> Acesso em: 07 fev. 2011.

VENTURE CAPITAL. Disponível em: <www.venturecapital.gov.br/VCN/e_CR.asp>
Acesso em: 20 jan. 2010.

WhP. Disponível em: <<http://www.whp.net/pt-br/servicos/consultoria/gerenciamento-de-terminologia>.> Acesso em: 10 maio 2010.

APÊNDICES

Apêndice A – Foto Picolé Dove e Sabonete Dove



Apêndice B – Lista de Textos do Corpus

Lista de textos do CORPUS – 23 textos do SETOR A	Cód. Texto
1. logística	T01
2. financeiro	T02
3. recursos humanos	T03
4. recursos humanos	T04
5. administração	T05
6. administração	T06
7. administração	T07
8. administração	T08
9. administração	T09
10. administração	T10
11. administração	T11
12. administração	T12
13 administração	T13
14. administração	T14
15. recursos humanos	T15
16. recursos humanos	T16
17. administração	T17
18. administração	T18
19. administração	T19
20. administração	T20
21. marketing	T21
22. marketing	T22
23. marketing	T23

Apêndice C – Análise dos candidatos a termos

Avaliação: 380 ocorrências – T04, T05, T05, T08 T13, T15, T16, T21, T22		
	Avaliação	do Desempenho e Potencial
Envio dos questionários de	Avaliação	e de autoavaliação
Entrevista de	Avaliação	do desempenho e potencial
	Avaliação	de competências e avaliação de projetos
Questionário de auto	avaliação	
Depois de efetuada a	avaliação	do trabalhador
Amplitude da escala de avaliação	avaliação	Insuficiente Suficiente Bom Muito Bom Excelente
	avaliação	de/dos projetos
Preenchimento do formulário de	avaliação	
Sistema de		de Desempenho e Potencial (SADP)
Escala de Amplitude na	avaliação	Insuficiente Suficiente Bom Muito Bom Excelente
Realização de	avaliação	de segurança
	avaliação	dos manuais
Uma	avaliação	é sinônima do termo auditoria de sistemas (Ref. AC 120- 59A). (T08)
	avaliação	dos riscos e processos mitigatórios
Realizando	avaliação	social, econômica e psicossocial
Possui pleno conhecimento do negócio do cliente, estando capacitado para uma análise e	avaliação	global do impacto dos problemas na área de atividade deste.
	avaliação	Teórica
	avaliação	psicológica

Avaliador: 53 ocorrências – t04 e t05		
	avaliador	contribuir, avaliar, assinar, proceder, pontuar, acreditar, enviar, ter acesso, atribuir, tomar,
manual do	avaliador	
	avaliador	mais liberal, muito severo, mais benevolente
	avaliador	e avaliado
o	avaliador	envia o Questionário de Avaliação para o RH
Chefia direta (o	avaliador)	
Responsável hierárquico (o	avaliador)	
o	Avaliador	procede a avaliação e o avaliado a autoavaliação

Chefe: 77 ocorrências – T12, T13 e T22		
reportar a situação ao	chefe	imediato/supervisor solicitando
(Mecânico de Manutenção de Aeronaves [MMA]) MMA	chefe	de produção
MMA	chefe	de grupo
Operador de Máquinas-Ferramentas de Precisão [OMFP] OMFP	chefe	Seção
OMFP	chefe	de grupo
Mecânico Assistente [MA] MA	chefe	de seção
MA	chefe	de grupo
Assistente de Preparação, Planejamento e Compras [APPC] APPC	chefe	de seção
APPC	chefe	de grupo
Assistente de Organização e Administração [AOA] AOA	chefe	de seção
AOA	chefe	de grupo
Ajudante de Apoio de Manutenção [AAM] AAM	chefe	de grupo
principalmente no relacionamento	chefe	-subordinado, vendedor-cliente.

T13 - caracterização da profissão de OMFP é o profissional que opera, prepara, regula e conserva vários tipos de máquinas e ferramentas, quer convencionais, quer de Comando Numérico (CNC), efetuando a programação destas, tendo por função e objetivo a realização de trabalhos de usinagem de precisão, para modificação, reparo, ou manufatura de conjuntos ou peças de avião e o restante do material aeronáutico, ferramentas ou outro equipamento com destino à manutenção aeronáutica ou com ela relacionado, interpretando desenhos e identificando materiais.

Chefia: 44 ocorrências – T03, T04, T05, T12, T13		
Parecer da	chefia (S)	Direta
O responsável da gerência, a	chefia (S)	direta e o trabalhador.
O de desempenhar funções de coordenação, organização e	chefia (S)	(gestão e direção) na estrutura organizacional da Empresa.
Cargo de	chefia (S)	
preenchido e assinado pelo avaliador	chefia (S)	direta).
A	chefia (S)	demonstra/assume/revela
devem ser imediatamente paralisadas pela	chefia (S)	imediate/supervisão ou por profissional do SESMT.
Os titulares de cargos de	chefia (S)	na linha hierárquica têm direito à retribuição correspondente
Pode desempenhar funções de coordenação, organização e	chefia (S)	(gestão e direção) na estrutura organizacional da Empresa.
(TIT – Técnico de Informática e Telecomunicações) é responsável pela coordenação e articulação dos vários grupos que	chefia (v)	, e ainda por assegurar a ligação com as áreas de trabalho exteriores àquela em que se encontra inserido de modo a garantir o alcance dos objetivos nos seus aspectos técnicos, de qualidade, cumprimento do planeamento e económicos.

coordenação, coordenador;

coordenação: 45 ocorrências – T04, T05, T07, T08, T11, T13, T22		
desempenho das funções de	coordenação	técnica de que esteja incumbido
- Pode assumir responsabilidades de	coordenação	de equipas multidisciplinares,
- é responsável pela	coordenação	dos vários grupos,
,	coordenação	de avião
	coordenação	de engenharia,
	coordenação	de material,
	coordenação	de oficinas
	coordenação	de G.A.M.

coordenador: 43 ocorrências – T07, T13, T15, T23		
	coordenador (S)	de suporte ao projeto
	coordenador (S)	de treinamento
(Mecânico de Manutenção de Aeronaves [MMA]) MMA	coordenador (S)	Superior
	coordenador (S)	De Produção
	coordenador (S)	De engenharia
	coordenador (S)	De material
	coordenador (S)	De oficinas
	coordenador (S)	Do G.A.M. (grupo de apoio ao material)

equipe: 118 ocorrências – T04, T05, T08, T10, T13, T16, T19, T21, T22, T23		
comprometimento da	equipe	com objetivos estimulantes
individualmente ou em	equipe	, sob orientação de profissionais
cooperação com a	equipe	de trabalho.
trabalho em	equipe	
trabalhar em	equipe	.
A	equipe	e o gerenciamento entendem e suportam as regras do SGSO, e o SGSO recebe suporte do Executivo Responsável.
contate o Gerente de Projeto e/ou a	equipe	do Atendimento ao Cliente,
com a	equipe	de Produção,
	equipe	de Atendimento ao Cliente,
	equipe	de engenheiros
	equipe	de mecânicos
	equipe	do Centro de manutenção
fosse suficiente para manter uma	equipe	motivada na sua tarefa.

equipamento: 49 ocorrências – T05, T07, T13, T20, T21		
conhecimento do	equipamento	técnico utilizado,
Domina o	equipamento	técnico com segurança,
	equipamento	De teste
Oficina de	equipamento	Terrestre
Controle de ferramentas de precisão e	equipamento	De teste
Quando uma parte de um	equipamento	ou bancada de teste for removida
antes da utilização do	equipamento	/ferramenta
Este formulário será usado para certificar todo	equipamento	de teste ou ferramenta de precisão calibrada pela Empresa e para registrar informações relativas à rastreabilidade dos mesmos.
utilizadas no teleprocessamento e	equipamento	Eletrônico de comunicações.
teste, carregamento e manuseio do	equipamento	de emergência e salvamento de aviões.
executa a programação e operação de	equipamento	CNC;
Utiliza documentação técnica e	equipamento	informático adequado ao desempenho das funções.
A Segurança fornecerá	equipamento	de Proteção Individual (EPI) e informa
	equipamento	para voo por instrumentos e um sistema elétrico complexo.

produção: 64 ocorrências – T05, T07, T08, T12, T13, T18, T19, T21, T22,		
Este questionário será o considerado para efeitos de tratamento estatístico e	produção	de resultados finais, sendo posteriormente arquivado, não podendo ter qualquer alteração e, caso seja rasurado, deverá ser rubricado.
prover suporte técnico de Engenharia aos setores de	produção	
linha de	produção	
atingir os objetivos de	produção	relativos a qualidade,
Controle de	produção	de Oficina,
Controle de	produção	de hangar
Controle e Planejamento de	produção	
Setor de	produção	
Setor de controle de	produção	
Certificado de Homologação de	produção	
Gerentes de	produção	
prejuízos	produção	
(Mecânico de Manutenção de Aeronaves [MMA]) MMA Chefe de	produção	
Competências da função coordenador de	produção	

Produtos: 39 ocorrências – T01, T07, T08, T11, T13, T20, T21, T22		
	produtos	Enviados, recebidos, relacionados, afetados,
	produtos	aeronáuticos
fabricação de peças para manutenção de	produtos	Aeronáuticos
proporcionam confiança de que os	produtos	/serviços organizacionais atendem ou excedem os requisitos de segurança.
o desenvolvimento de novos	produtos	e serviços, baseado em diretrizes superiores. Pode orientar outros técnicos de nível igual ou inferior.
O comércio de	produtos	e serviços em qualquer área da Empresa
Outros	produtos	da organização?

Produto: 32 ocorrências – T01, T07, T08, T11, T13, T20, T21, T22		
Etiqueta de		Químico
APAA Atestado de		Aeronáutico Aprovado
técnicas aprovadas pelo fabricante do		ou pela ANAC
uma etiqueta adequada, identificando o		e data de vencimento.
documentação técnica do		afetado.
a liberação do		para retorno a serviço.
		Químico
a implementação de um		/serviço até que o mesmo não esteja mais em
Fornecedor de		/serviço - qualquer entidade que oferece ou vende um produto/serviço para satisfazer um desejo ou necessidade no sistema de transporte aéreo.

técnica: 224 ocorrências – T04, T05, T07, T08, T13, T15, T16, T19, T21, T22		
Evolução	técnica	
Falta de	técnica	
Capacidade	técnica	
Autonomia	técnica	
Autonomia de decisão	técnica	
Documentação	técnica	
Cursos/treinamento de formação e especialização	técnica	
Literatura	técnica	
Assistência	técnica	
confiabilidade	técnica	Dos equipamentos
Ordem	técnica	Padrão (ou documento equivalente aprovado)
Requisitos para progressão na Linha	técnica	Da carreira
Prova	técnica	Formal
Autonomia	técnica (A)	
Funções de coordenação e supervisão	técnica	
Informação	técnica	e histórica
Os TIT enquadram-se na carreira profissional de acordo com a natureza das funções que desempenham na Linha	Técnica	ou na Linha Hierárquica.
certificado de habilitação	técnica	(CHT)
Execução	técnica	Das tarefas de MMA
Coordenação	Técnica	
Capacidade	técnica	E profissional
Engenharia de Suporte Técnico Análise	técnica	de documentos; Projeto e acompanhamento de
TOTAL CARE Gestão	técnica	Planejamento e Execução

Técnico: 138 ocorrências – T04, T05, T07, T08, T10, T11, T13, T15, T16, T21, T22, T23		
Equipamento	técnico	
Suporte	técnico	De engenharia
conhecimentos acadêmicos	técnico	conhecimentos acadêmicos
Nível	técnico	
Treinamento	técnico	Específico
infraestrutura	técnico	-operacional da Companhia
Procedimentos	técnico	-administrativos vigentes na Empresa;
	técnico	De manutenção
Pessoal	técnico	
	técnico	de Operação de Sistemas Informáticos [TOSI]
	técnico	de Informática e Telecomunicações [TIT]
Currículo	técnico	
	técnico	de Contabilidade
Treinamento	técnico	Específico
	técnico	de Sistemas
	técnico	De Redes
Ponto de vista	técnico	
Recebe treinamento de âmbito	Técnico	de relacionamento profissional adequado ao desenvolvimento das competências inerentes à função.
Nível médio/	técnico	
Treinamento	técnico	Básico
Corpo	técnico	
Engenharia de Suporte	técnico	

trabalhador, trabalho;

trabalhador: 48 ocorrências – T03, T04, T05, T12, T13, T22		
Desistência por parte do	trabalhor	
Tomada de conhecimento do	trabalhor	
a Chefia(s) Direta(s) e	trabalhor	
	trabalhor	Fizer, apresentar, pode
Desempenho do	trabalhor	
Tarefas do	trabalhor	
Saúde do	trabalhor	
evolução profissional do	trabalhor	
Deveres do	trabalhor	
Não utilizar a qualidade de	trabalhor	
Estatuto de	Trabalhor	-estudante
capacidade laborativa do	trabalhor	

trabalho: 440 ocorrências – T04, T05, T08, T11, T12, T13, T15, T16, T19, T20, T22		
Qualidade do	trabalho	
mudança dos processos de	trabalho	
Desempenho do seu	trabalho	
Tempo de trabalho	trabalho	
Pontualidade / Presença no Local de	trabalho	
Local de	trabalho	
Ambiente de	trabalho	
Equipe de	trabalho	
Grupo de	trabalho	
556 A disposição do Sindicato 568 A Disposição do TRE 557 A disposição da Justiça 572 Acidente de	trabalho	
padrões de organização e limpeza na sua área de	trabalho	
capacidade máxima de	trabalho	
PROCEDIMENTO EM CASO DE ACIDENTE DE	trabalho	
	trabalho	de TND (Testes Não Destrutivos) ou fornecedores que vêm apresentar novos produtos
Consolidação das Leis do	trabalho	CLT
ENGENHARIA DE SEGURANÇA E MEDICINA DO	trabalho	
Secretaria de Segurança e Medicina do	trabalho	Do MTB
turnos de	trabalho	
Horário de	trabalho	
Mercado de	trabalho	
boas condições de	trabalho	
Leis de	trabalho	Vigentes
Colegas de	trabalho	
Plano de	trabalho	
Grupo de trabalho	trabalho	
Bom ambiente de	trabalho	
Ordens de	trabalho	
Área de	trabalho	
Carteira de	trabalho	
Horário de	trabalho	
Higiene e segurança no	trabalho	
	trabalho	em equipe

Apêndice D – Candidatos a termos por frequência

LOGÍSTICA 18 candidatos	SETOR FINANCEIRO 17 candidatos	SETOR DE RECURSOS HUMANOS 129 candidatos	SETOR DE ADMINISTRAÇÃO 123 candidatos	SETOR MARKETING 75 candidatos	DE
Acobertado AWB Carga Declaro Devidos Líder Emergência Engenharia Equipamentos Fatura Express Federal Grupo Manutenção Oficina Perigosa Produto Produtos	Banco Caixa Conta Ficha Folha Ag (agência) Aplicação Débito Gerente CPF Diretoria Filial Funcionário Lançamento Local Moeda Número	Trabalho Desempenho Profissional Superior Potencial Empresa Desenvolvimento Treinamento Conhecimentos Bom Trainee Grupo Carreira Salarial Tarefas Opma Acordo Appc Ompf Chefe Manutenção Normas Ferramentas Objetivos Projetos Equipamentos Qualidade Graus Autonomia Fases Processos Experiência Responsável Atividades Curso Estagiário Atividade Complexidade Ministrar Ambiente Especialidade Categoria Resultados Quadros Processo Documentos Segurança Responsabilidade Sistemas	Segurança Serviço Manutenção Empresa TAP Gerente SGSO Aeronaves Qualidade Manual Trabalho Treinamento Sistema Componentes Oficina Procedimentos Colaboradores Desempenho Gerenciamento Etiqueta Aeronave Cliente Acordo Oficinas Garantia Tarefas Bom Responsabilidade Engenharia Requisitos Controle Processo Registro ANAC Grupo Objetivos SADP Normas Relatórios Motores Hangar Presidente Equipamentos Gerentes Vice-Presidente Vice-Presidência Mecânico Risco Produção	Competência Função Empresa Manutenção Projeto Pessoas Aeronaves Trabalho Equipe Indicadores Oficina Engenharia Cliente Serviços Sistemas Componentes Pesquisa Oficinas Capacidade EMBRAER Comportamento Forte Colaboradores Visão Foco Coordenador Clientes Equipamentos Área (industrial, de aviação, de tecnologia de ponta) Aérea (FAB) Qualidade Revisão Desempenho Desenvolvimento Projeto Perfil Profissional Reparo Motores NCF Tabela Valores Certificado Planejamento Aeronave Metas Controle	

		Estudos Funcional Trabalhadores Capacidade Higiene Componentes Conducentes Modo Requisitos Controles Materiais Planejamento Pareceres Recursos Inferior Ponto Trabalhador Suficiente Grupos Humanos Plano Autorizado MEC Assistente Entrevista Equipe Perfil Pessoal Procedimentos Carga Conjunto Apoio Estrutura Vagas Cargo Chefia Respeito Indicadores Organizacionais Aeronaves Engenharia Registro Candidato Acompanhamento Horas Natureza FMMA Preenchimento Quadro Resultado Supervisor Avaliador Funcionamento Prioridade RH Capacidades Eficaz Equipamento Salários Assegurado	Atividade Capacidade Resultado Cultura Recursos Avaliador Operador Gestor Aeronavegabilidade Entrevista Equipe Inspetores Projeto Equipamento Manuais Setor Executivo Planejamento Assinatura Excelente Insuficiente Suficiente e-mail colaborador ordem RBHA Plano Documento Fase Operacional Trabalho Marketing Pessoas Objetivo Tempo Suporte Acidente Conhecimento Supervisor Auditoria Vendas Cota Fatores Hangares Inspetor Presidência Certificado CEGV Supervisores Atividade Portaria SAP Auditoria Procedimento Regulamentos Setorial (e-mail setorial) Contrato Diretrizes Fabricantes	Liderança Ambiente Colaborador DC Perfil Profissional Valor Boenig Criatividade Flexibilidade Habilidade Planilha Reparo Acordo APUS Cultura Gerente Interpessoal OVH Treinamento Dados NG Empreendedorismo Estrutura Prazo Recurso Tecnologia Tratamento
--	--	--	--	--

		Assegurar Candidatos Certificado Enquadramento Equipe Escola Reatores Hierarquia Nomeados Obra Operador Profissional CHT Exonera Processamento Status Cursos Supervisiona Supervisão Transporte	GIG Medidas Corretivas (ações corretivas) Programas Relacionamento Setores Status Visitante Agentes Autoridades Base Grupos Meta TND Trabalhadores	
--	--	--	---	--

Apêndice E – candidatos a termos por ordem alfabética

LOGÍSTICA 18 candidatos	SETOR FINANCEIRO 17 candidatos	SETOR DE RECURSOS HUMANOS 129 candidatos	SETOR DE ADMINISTRAÇÃO 123 candidatos	SETOR MARKETING 75 candidatos	DE
Acobertado AWB Carga Declaro Devidos Emergência Engenharia Equipamentos Express Fatura Federal Grupo Líder Manutenção Oficina Perigosa Produto Produtos	Ag (agência) Aplicação Banco Caixa Conta CPF Débito Diretoria Ficha Filial Folha Funcionário Gerente Lançamento Local Moeda Número	Acompanhamento Acordo Aeronaves Ambiente Apoio Appc Assegurado Assegurar Assistente Atividade Atividades Autonomia Autorizado Avaliador Bom Candidato Candidatos Capacidade Capacidades Carga Cargo Carreira Categoria Certificado Chefe Chefia CHT Complexidade Componentes Conducentes Conhecimentos Conjunto Controles Curso Cursos Desempenho Desenvolvimento Documentos Eficaz Empresa Engenharia Enquadramento Entrevista Equipamento Equipamentos Equipe Equipe Escola Especialidade Estagiário Estrutura Estudos	Acidente Acordo Aeronave Aeronavegabilidade Aeronaves Agentes ANAC Assinatura Atividade Atividade Auditoria Auditoria Autoridades Avaliador Base Bom Capacidade CEGV Certificado Cliente colaborador Colaboradores Componentes Conhecimento Contrato Controle Corretivas (ações corretivas) Cota Cultura Desempenho Diretrizes Documento e-mail Empresa Engenharia Entrevista Equipamento Equipamentos Equipe Etiqueta Excelente Executivo Fabricantes Fase Fatores Garantia Gerenciamento Gerente Gerentes Gestor GIG Grupo	Acordo Aérea (FAB) Aeronave Aeronaves Ambiente APUS Área (industrial, de aviação, de tecnologia de ponta) Boenig Capacidade Certificado Cliente Clientes Colaborador Colaboradores Competência Componentes Comportamento Controle Coordenador Criatividade Cultura Dados DC Desempenho Desenvolvimento EMBRAER Empreendedorismo Empresa Engenharia Equipamentos Equipe Estrutura Flexibilidade Foco Forte Função Gerente Habilidade Indicadores Interpessoal Liderança Manutenção Metas Motores NCF NG Oficina Oficinas OVH Perfil	

		Exonera Experiência Fases Ferramentas FMMA Funcional Funcionamento Graus Grupo Grupos Hierarquia Higiene Horas Humanos Indicadores Inferior Manutenção Materiais MEC Ministar Modo Natureza Nomeados Normas Objetivos Obra Ompf Operador Opma Organizacionais Pareceres Perfil Pessoal Planejamento Plano Ponto Potencial Preenchimento Prioridade Procedimentos Processamento Processo Processos Profissional Profissional Projetos Quadro Quadros Qualidade Reatores Recursos Registro Requisitos Respeito Responsabilidade Responsável Resultado Resultados RH Salarial	Grupos Hangar Hangares Inspetor Inspetores Insuficiente Manuais Manual Manutenção Marketing Mecânico Medidas Meta Motores Normas Objetivo Objetivos Oficina Oficinas Operacional Operador ordem Pessoas Planejamento Plano Portaria Presidência Presidente Procedimento Procedimentos Processo Produção Programas Projeto Qualidade RBHA Recursos Registro Regulamentos Relacionamento Relatórios Requisitos Responsabilidade Resultado Risco SADP SAP Segurança Serviço Setor Setores Setorial (e-mail setorial) SGSO Sistema Status Suficiente Supervisor Supervisores Suporte TAP	Perfil Pesquisa Pessoas Planejamento Planilha Prazo Profissional Profissional Projeto Projeto Qualidade Recurso Reparo Reparo Revisão Serviços Sistemas Tabela Tecnologia Trabalho Tratamento Treinamento Valor Valores Visão
--	--	---	---	---

		Salários Segurança Sistemas Status Suficiente Superior Supervisão Supervisiona Supervisor Tarefas Trabalhador Trabalhadores Trabalho Trainee Transporte Treinamento Vagas	Tarefas Tempo TND Trabalhadores Trabalho Trabalho Treinamento Vendas Vice-Presidência Vice-Presidente Visitante	

Apêndice F– Termos por frequência

LOGÍSTICA	SETOR FINANCEIRO	SETOR DE RECURSOS HUMANOS	SETOR DE ADMINISTRAÇÃO	SETOR DE MARKETING
Acobertado pelo AWB Carga perigosa Equipamento de emergência Oficina de equipamentos de emergência Manutenção e Engenharia Brasil Fatura Federal Express Líder de Grupo Oficina Produto/Produtos Para os devidos fins	Banco Livro caixa Conta Título da conta Ficha de débito Ag (agência) Aplicação Débito Gerente CPF Débito Diretoria Lançamento Local de aplicação Matrícula Moeda	- Trabalho Médico do trabalho Medicina do trabalho Grupo de trabalho Posto de trabalho Plano de trabalho - Desempenho Avaliação do desempenho e potencial - (Superior) Nível superior Grau superior - (Potencial) Avaliação do Desempenho e Potencial - Empresa Planejamento Estratégico da Empresa Estrutura Organizacional da Empresa Gestão da Empresa Empresa de Manutenção - advogado - (Desenvolvimento) Plano de Desenvolvimento Fases de Desenvolvimento da Carreira - (Treinamento) Treinamento Técnico Específico - (Grupo) Chefe de Grupo Grupo de Trabalho Dinâmica de Grupo - Carreira Carreira Profissional - (Salarial) Tabela Salarial da Carreira - (Chefe) Chefe de Grupo Chefe de Seção - Projetos - Atividade Atividade Profissional	- Segurança Segurança operacional Gerenciamento de Segurança Política de Segurança - Serviço - (Manutenção) Empresa de Manutenção de Aeronaves - Empresa - Gerente - Aeronaves - Qualidade - (Manual) Manual de Procedimentos Manual de Processos Manual de Normas - Trabalho - Treinamento - Sistema Sistema de Gerenciamento - Componentes - Oficina - Colaboradores - Etiqueta - Aeronave - Cliente - Garantia Garantia da Qualidade - Tarefas - Responsabilidade Termo de Responsabilidade - Controle - Processo - Registro - ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) - Grupo - Objetivos - SADP (Sistema de Avaliação de Desempenho e Potencial) - Normas - Relatórios - Presidente	- Competência - Empresa - Manutenção (Centro de Manutenção) - Projeto - Pessoas Foco em pessoas Gestão de pessoas - Aeronaves - Trabalho - Equipe Equipe de Projetos - Indicadores - Oficina Oficina de Navegação, de Hidráulicos, de Trem de Pouso, de Pintura, de Interiores - Cliente - Empresas - Capacidade - EMBRAER Colaboradores Visão - (Foco) Foco no cliente - Coordenador - Equipamentos - Área (industrial, de aviação, de tecnologia de ponta) - Aérea (FAB) - Qualidade Sistema de Qualidade Cultura da Qualidade Padrão de Qualidade Preço e Qualidade - Desenvolvimento Desenvolvimento Pessoal - Projeto - Perfil - Profissional - (Reparo) Manutenção, Reparo e revisão de Aeronaves - (Motores) Oficina de motores, Família de Motores, - NCF – Nível de Competência da Função - Tabela

	<p>Atividade aeronáutica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Curso <p>Curso de Formação de Mecânicos de Amnutenção aeronáutica – FMMA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estagiário - (Ambiente) Ambiente de Trabalho - (Categoria) Categoria Profissional - Responsabilidade - Documentos - (Segurança) Normas de Segurança, higiene e saúde no trabalho - Sistemas Técnico de Sistemas Sistemas de Informação - (Funcional) Enquadramento Funcional - (Controle) Controle de Arquivos Controle Documental Controle da Qualidade Controle de Ponto - Planejamento Planejamento Estratégico - Pareceres Pareceres Técnicos - (Recursos) Recursos Humanos - Trabalhador - (Plano) <p>Plano de Cargos da TAP ME Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> Plano de Cargos Plano de Estágio - Assistente Assistente de Organização e Administração <p>Mecânico Assistente de Interiores de Cabine</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrevista - Equipe - Perfil Perfil do candidato - (Pessoal) Desenvolvimento Pessoal Quadro de Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamentos - Gerentes - Vice-Presidente - Vice-Presidência - Atividade - Capacidade - Resultado - Avaliador - Operador - (Gestor) Gestor de Segurança Operacional - Aeronavegabilidade - Entrevista - Equipe - Inspetores - Projeto - (Linha) Linha de Produção - Executivo - Planejamento - e-mail e-mail corporativo - colaborador - Documento - Trabalho - Marketing - Pessoas - Objetivo - Suporte - Acidente Acidente de Trabalho Acidente Aeronáutico - Conhecimento - Erro - Supervisor - Auditoria - Chefia - Vendas - Inspetor - Presidência - Certificado - Atividade - Portaria - SAP (business management software) - Regulamentos - Contrato - (Medidas) Medidas Corretivas (ações corretivas) - Visitante - (Agentes) agentes de Segurança - Autoridades - TND (Testes Não Destrutivos) 	<ul style="list-style-type: none"> - Valores Valores da Mão de Obra, Valores da empresa - Planejamento - Aeronave - Metas - (Controle) Controle Ambiental - Liderança - Ambiente Meio ambiente, Ambiente de Trabalho, Ambiente Organizacional - Colaborador - Perfil - Profissional - Valor - Boenig - Criatividade - Flexibilidade - Habilidade - Planilha - APUS - Cultura Cultura da Empresa, Cultura da Pessoa - Gerente - (Interpessoal) Relacionamento Interpessoal - (Treinamento) Treinamento Técnico - Dados - Empreendedorismo - Estrutura - Prazo - Recurso - Tecnologia - Tratamento
--	--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - Vagas - Cargo - Chefia - (Indicadores) Indicadores Comportamentais - (Organizacionais) Objetivos Organizacionais - Candidato - Supervisor - Avaliador - Salário - (Certificado) Certificado Escolar Certificado de Habilitação Certificado de Reservista Certificado de Conhecimento Teórico ANAC Certificado de Habilitação Técnica – CHT (Certificado de Conhecimento Técnico) - Escola de Formação - (Obra mão de obra - (Operador) Operador de Sistemas Operador de Help Desk Operador de Calibrações Operador de Galvanoplastia - Profissional - Exoneração -Processamento Centro de Processamento Processamento Tecnológico - Hierarquia - Supervisão - (Transporte) Auxílio transporte 		
--	--	---	--	--

Apêndice G – Modelo de Ficha Terminológica

FICHA TERMINOLÓGICA 1							
1. DADOS DE REGISTRO							
ID:							
Setor da empresa:							
Tipo de documento:							
Área:							
Subárea:							
Termo:							
Localização:							
2. CARACTERÍSTICAS DO TERMO							
Sigla ou acrônimo:		Qual?					
Outras denominações:							
Processo	Denominativo ()			Designativo ()			
Representa:	Conceito ()	Processo ()	Objeto ()	Instrumento ()	Método ()		
	Produto ()						
3. DEFINIÇÃO							
Fonte da definição:							
4. VERBETE - GLOSSÁRIO (PODE SER FACULTATIVO DADO O PROPÓSITO DO TRABALHO)							
Contexto de definição:							
Fonte do contexto:							
Autor da definição:							
Revisor da definição:							
Remissiva:							
Exemplo:							
Abonação:							
Informação Enciclopédica:							
Outras informações:							
5. OUTRAS INFORMAÇÕES							
Observações:							
Observações complementares:							
Data do registro:							
Autor do registro:							
Última atualização:							

FICHA TERMINOLÓGICA 2	
1 CARACTERÍSTICAS LINGUÍSTICAS DO TERMO	
Termo:	simples () sintagmático ()
	subs. () adj. () verbo () numeral () outro ()
Outra informação:	
2. ELEMENTOS LINGUÍSTICOS	
Variante:	
Sinônimo:	
Termos relacionados:	
Estrangeirismo:	
Empréstimo:	
Verbal Semiótico:	

3. ELEMENTOS DEFINITÓRIOS				
Presença em dicionário de língua:	Caldas Aulete ()	Houaiss ()	AU ()	
Definição:				
Presença em dicionário especializado: ()		Qual?		
Definição:				
Observações:				
4. OUTRAS INFORMAÇÕES				
Observações:				
Observações complementares:				
Data do registro:				
Autor do registro:				
Última atualização:				

A ficha I caracteriza-se por apresentar informações mais generalizadas e mais relacionadas ao funcionamento da empresa. Já a ficha II apresenta-se mais relacionada às questões linguísticas e gramaticais do termo. Contudo, tanto a ficha I quanto a II, mesmo que com ajustes futuros, são importantes para a elaboração do glossário dos termos da empresa, por exemplo. Contudo, nem todos os campos da ficha irão fazer parte do glossário propriamente. Os campos mais importantes, de um modo geral, para um glossário como produto final, dizem respeito ao nome do termo, seus sinônimos, variantes, siglas, a definição, termos relacionados, fonte da definição, setor da empresa, área, subárea e tipo de documento.