



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Marcio Chrisostimo da Silva

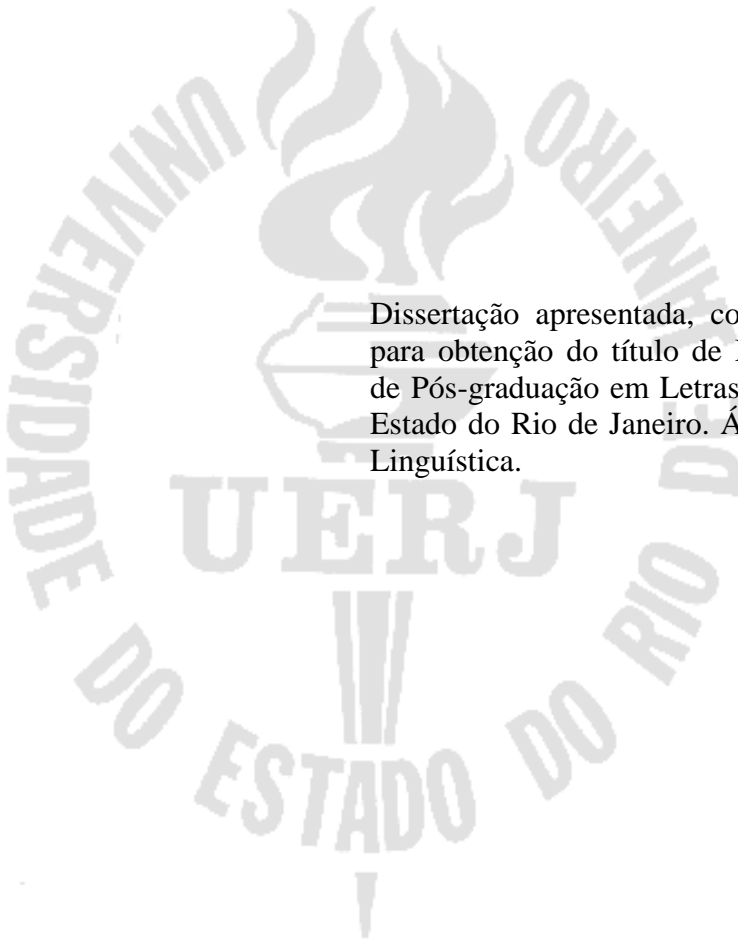
**A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua
relação com a cultura organizacional**

Rio de Janeiro

2011

Marcio Chrisostimo da Silva

A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua relação com a cultura organizacional



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Tania M. G. Shepherd

Rio de Janeiro

2011

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/CEHB

S586	<p>Silva, Marcio Chrisostimo da. A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua relação com a Cultura Organizacional / Marcio Chrisostimo da Silva. - 2011. 116 f.</p> <p>Orientadora: Tania Maria Granja Shepherd. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.</p> <p>1. Linguística de corpus – Teses. 2. Mensagem de correio eletrônico – Teses. 3. Funcionalismo (Linguística) – Teses. 4. Pragmática – Teses. 5. Comunicação nas organizações – Teses. 6. Comunicação – Pesquisa – Teses. I. Shepherd, Tânia Maria Granja. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.</p> <p>CDU 801.73</p>
------	--

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Marcio Chrisostimo da Silva

A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua relação com a cultura organizacional

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Linguística.

Aprovada em 1 de abril de 2011.

Prof^a. Dra. Tania M. G. Shepherd (Orientadora)
Instituto de Letras da UERJ

Banca Examinadora:

Prof^a. Dra. Maria Alice Antunes
Instituto de Letras da UERJ

Prof^a. Dra. Anna Elizabeth Balocco
Instituto de Letras da UERJ

Prof^a. Dra. Aurora Maria Soares Neiva
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2011

DEDICATÓRIA

À Clara, minha mãe e Verônica

AGRADECIMENTOS

À professora doutora Tania M. G. Shepherd, orientadora incansável, pela paciência e perseverança em todos os momentos dessa pesquisa.

À Sociedade Brasileira de Cultura Inglesa S/A, especialmente à Fátima Lima, por todo o apoio ao meu desenvolvimento profissional e acadêmico.

Às professoras Elizabeth Balocco, Aurora Neiva e Maria Alice Antunes por aceitarem o convite de participarem da banca examinadora e, conseqüentemente, contribuírem para este estudo.

À minha esposa Verônica pela ajuda com as figuras e gráficos.

À minha colega de mestrado e de trabalho, Luciana Simioni, por tudo o que dividimos desde o início do curso.

Aos professores do Mestrado e da Especialização em Linguística da UERJ pelo incentivo e apoio oferecidos durante o curso.

A palavra é o meu domínio sobre o mundo.

(Clarice Lispector)

RESUMO

SILVA, Marcio Chrisostimo da. *A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua relação com a cultura organizacional*. 2011. 116f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

Dado o crescente uso da Internet e a importância da linguagem do e-mail no ambiente corporativo, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar as estratégias de polidez e os mecanismos de preservação de face em trocas de e-mails entre um grupo de gerentes de uma instituição privada de ensino de língua inglesa no Brasil. A pesquisa é um estudo de caso e faz uso de uma abordagem interpretativista, assim como, em partes, também usa dados quantitativos. Para tanto, neste estudo foram integradas à Pragmática outras áreas de pesquisa como a Linguística Sistêmico-Funcional e a Linguística de Corpus. O enfoque nos mecanismos de polidez e proteção de face tem o objetivo de estudar de que forma estes elementos da linguagem utilizada nas trocas de e-mails entre o grupo de gerentes envolvido no estudo estão refletidos na cultura organizacional da instituição. Para tal foram usados os conceitos de Brown e Levinson (1987) para polidez, o de Goffman (1998) para *footing* e enquadre. Na área de categorização de grupos padronizados de palavras achados frequentemente dentro de um corpus foram usados os parâmetros de Hyland (2008), parâmetros esses que são calcados nas três metafunções de Halliday. Por fim tecem-se comentários sobre as trocas escritas dentro da instituição através de e-mails, buscando entender se essas trocas fazem parte de um gênero estabelecido ou de uma forma de comunicação única e com características próprias. As análises realizadas neste estudo estudam formas de polidez e proteção de face nas saudações e fechos de e-mails do corpus de estudo, a linguagem usada em pedidos de ajuda/informações, na resolução de conflitos e em outras situações do cotidiano dos gerentes da instituição alvo. Os resultados das análises da linguagem usada nas mensagens eletrônicas trocadas pelo grupo sugerem uma relação direta entre a cultura organizacional e os típicos mecanismos característicos de proteção de face e polidez adotados nas mensagens dos gerentes da empresa.

Palavras chave: Polidez. Face. Cultura Organizacional. E-mails. Corpus.

ABSTRACT

Given the increasing use of the Internet and the importance of the e-mail language in the corporate environment, this paper aims at analyzing Politeness Strategies and mechanisms to avoid or minimize face-threatening acts in exchanges of e-mails between a group of managers in a private language school in Brazil. The research is a case study and uses an interpretative approach as well as quantitative data. Hence, in this study were integrated into Pragmatics other research areas such as Systemic Functional Linguistics and Corpus Linguistics. The focus on the mechanisms of politeness and face protection aims to investigate how these elements of language, used in the exchange of e-mails among the group of managers involved in the study, are reflected in the Company Culture. To this end, we used the concepts of Brown and Levinson (1987) for politeness and Goffman (1998) for framing and footing. In the area of standardized categorization of groups of words frequently found within a corpus Hyland (2008) parameters were used, those parameters are founded on the three metafunctions by Halliday. Finally, there are some considerations regarding written exchanges through e-mails within the institution, seeking to understand whether these exchanges are part of an established genre or a way of communicating with unique characteristics. The analyses performed in this research investigate ways of politeness and face protection in greetings and closures of e-mails in the study corpus, the language used in requests for help / information, resolving conflicts and other situations of everyday life of managers of the target institution. The results of the analysis of the language used in electronic messages exchanged by the group suggest a direct relationship between the Company Culture the typical and characteristic strategies for protection of face and politeness adopted in the company managers messages.

Keywords: Politeness. Face. Company Culture. E-mails. Corpus.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Contexto de Situação Halliday (1989)	33
Figura 2:	Organograma geral simplificado da instituição alvo	40
Figura 3:	Fluxo de e-mails entre gerentes de unidades (1)	41
Figura 4:	Fluxo de e-mails entre gerentes de unidades (2)	41
Figura 5:	Fluxo de pedidos, etc. da GC ou Diretoria para GUs.....	42
Figura 6:	Exemplo de e-mail	43
Figura 7:	Tela do Wordsmith mostrando a lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra 'acho'.....	47
Figura 8:	Tela do Wordsmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para o bigrama 'não é'?	48
Figura 9:	Crenças dos gerentes da instituição estudada sobre a frequência de uso de saudações	70
Figura 10:	Tela do Wordsmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra 'caro'(1).....	72
Figura 11:	Tela do Wordsmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra 'caro'(2).....	72
Figura 12:	Saudações (1) usadas no corpus de estudo.....	73
Figura 13:	Saudações (2) usadas no corpus de estudo.....	74
Figura 14:	Crenças dos gerentes da instituição estudada sobre a frequência de uso de fechos em e-mails corporativos.....	75
Figura 15:	Fechos usados no corpus de estudo.....	76
Figura 16:	Tela do Wordsmith com lista de concordância para a abreviação Bjks.....	77
Figura 17:	Faixa etária dos respondentes da pesquisa (outras instituições).....	78
Figura 18:	Faixa etária dos respondentes da pesquisa (instituição alvo).....	78
Figura 19:	Crenças sobre o uso da saudação 'Pessoal' (outras instituições).....	79
Figura 20:	Crenças sobre o uso da saudação 'Pessoal' (instituição alvo).	79
Figura 21:	Crenças sobre o uso da saudação 'caros' (outras instituições).....	80
Figura 22:	Crenças sobre o uso da saudação 'caros' (instituição alvo).....	80
Figura 23:	Crenças sobre o uso da saudação 'Queridos e/ou queridas' (outras instituições).....	81
Figura 24:	Crenças sobre o uso da saudação 'Queridos e/ou queridas' (instituição alvo).....	81

Figura 25:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Gente’ (outras instituições).....	82
Figura 26:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Gente’ (instituição alvo).....	82
Figura 27:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Galera’ (outras instituições).....	83
Figura 28:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Galera’ (instituição alvo).....	83
Figura 29:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Prezados’ (outras instituições).....	83
Figura 30:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Prezados’ (instituição alvo).....	84
Figura 31:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Amiguinhos’ (outras instituições).....	84
Figura 32:	Crenças sobre o uso da saudação ‘Amiguinhos’ (instituição alvo).....	84
Figura 33:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Grato (a)’ (outras instituições).....	85
Figura 34:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Grato (a)’ (instituição alvo).....	86
Figura 35:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Atenciosamente’ (outras instituições).....	86
Figura 36:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Atenciosamente’ (instituição alvo).....	87
Figura 37:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Um abraço ou abs’ (outras instituições).....	87
Figura 38:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Um abraço ou abs’ (instituição alvo).....	88
Figura 39:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijinhos’ (outras instituições).....	88
Figura 40:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijinhos’ (instituição alvo).....	88
Figura 41:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijos ou bjs’ (outras instituições).....	89
Figura 42:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijos ou bjs’ (instituição alvo).....	89
Figura 43:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijocas’ (outras instituições).....	90
Figura 44:	Crenças sobre o uso do fecho ‘Beijocas’ (instituição alvo).....	90
Figura 45:	Tela do Wordsmith tools mostrando lista de quadrigramas.....	91

LISTA DE QUADROS

Quadro 1:	Tipologia de modificadores internos e externos	24
Quadro 2:	Polidez positiva e negativa segundo Grundy	26
Quadro 3:	Exemplos de quadrigramas	29
Quadro 4:	Características principais do corpus de estudo	39
Quadro 5:	Realizações de polidez positiva	92

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
1.1 A Teoria da Polidez: Brown e Levinson	20
1.2 O conceito Goffmaniano de enquadre e footing	27
1.3 Classificando blocos de palavras: as categorias de Hyland	28
1.4 Entendendo o e-mail.....	30
1.4.1 <u>A Comunicação Mediada por Computador e a linguagem do e-mail</u>	34
2. MATERIAIS E MÉTODOS	37
2.1 A metodologia de pesquisa.....	37
2.2 O universo da pesquisa: a organização	38
2.3 O universo da pesquisa: corpus e os participantes.....	39
2.4 A análise qualitativa do corpus	39
2.5 A análise quantitativa: um estudo baseado em corpus	44
2.5.1 <u>O que é um corpus eletrônico e seus usos</u>	44
2.5.2 <u>O corpus de estudo</u>	49
2.5.3 <u>O passo-a-passo da análise</u>	50
2.6 Tipos de pesquisas em Linguística de Corpus	51
2.6.1 <u>Os padrões lingüísticos</u>	51
2.7 <u>Crenças sobre o uso de saudações e fechos em e-mails</u>	53
3. ANÁLISE DOS DADOS	55
3.1 Análise qualitativa das trocas de e-mails	55
3.2 Saudações e fechos no corpus de estudo: estratégias de polidez positiva.....	68
3.2.1 <u>Saudações</u>	69
3.2.2 <u>Fechos</u>	74
3.3 Realizações de polidez nos e-mails: uma análise baseada em Corpus.....	91
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
4.1 Limitações da pesquisa e sugestão para futuros estudos	101
4.2 Contribuições da pesquisa	102
REFERÊNCIAS.....	103

ANEXO A:	108
ANEXO B:	109
ANEXO C:	110
ANEXO D:	116

INTRODUÇÃO

O objeto de estudo deste trabalho é a comunicação via e-mail entre indivíduos em cargo gerencial de uma organização. Desta forma, será analisada a comunicação escrita através do e-mail dentro de uma empresa, dando enfoque ao que na Linguística chamamos de Teoria Polidez¹ e ao que em Administração chamamos de Liderança e a manutenção de uma cultura organizacional.

A polidez Linguística de acordo com Brown e Levinson (1987) está relacionada à *face* (imagem pública) que todo indivíduo possui e que deseja para si mesmo. Esta face precisa ser preservada nas interações sociais e pode nortear a forma como os indivíduos interagem em um ambiente profissional.

No que tange à cultura organizacional, Robbins (2009, p. 12) ressalta:

A informatização, a Internet e as redes internas ligando computadores dentro das empresas geram um ambiente de trabalho diferente do usual para muitos empregados - o que poderíamos chamar de organização interconectada. Elas permitem que pessoas trabalhem juntas mesmo que estejam distantes umas das outras. (...) O administrador em uma organização interconectada é diferente do tradicional, sobretudo em relação à gestão de pessoas. Por exemplo, motivar e liderar pessoas e tomar decisões colaborativas “on line” são atividades que requerem técnicas diversas daquelas empregadas quando os indivíduos estão fisicamente presentes.

Considerando a importância do uso da Internet e do e-mail nas empresas, este estudo tem uma interface na área do comportamento organizacional e, principalmente, no que diz respeito à comunicação escrita e à cultura organizacional, como outra na área da Análise do Discurso, principalmente da comunicação assíncrona.

No presente trabalho estudamos de que forma a linguagem é usada como um importante elemento na construção da realidade dentro da empresa e entre os funcionários, pois assim como os indivíduos, as empresas também têm personalidade própria (Robbins, 2009). As atitudes e o comportamento dos indivíduos, muitas vezes, podem ser explicados pela cultura da organização na qual trabalham. Entretanto, de acordo com Santos e Gonçalves (2001), a cultura organizacional manifesta-se de forma visível e não-visível. Algumas formas de expressão da cultura de uma empresa podem ser facilmente observadas como a forma de vestir dos funcionários, a organização do ambiente de trabalho e a hierarquia. Entretanto, essas são somente uma camada superficial da cultura que pode ser vista.

¹ Neste estudo será usada letra maiúscula para a palavra Polidez por tratar-se de uma teoria.

A cultura é por definição, sutil, intangível, implícita e sempre presente mas toda organização desenvolve um conjunto básico de premissas, convicções e regras implícitas que governam o comportamento rotineiro no ambiente de trabalho (...). (Deal e Kennedy, 1983, p. 501 *apud* Robbins, 2009, p. 228).

Os aspectos mais importantes da cultura de uma organização podem não ser facilmente vistos. A essência da cultura organizacional é composta de crenças, padrões, perspectivas, atitudes e também conversas internas entre os funcionários de uma empresa. Estes elementos podem ser vistos como a base de todas as ações e decisões de uma equipe, departamento ou de toda uma organização. Como uma cultura é criada sempre que um grupo de pessoas se une para formar um time, a cultura de uma empresa também pode ter algumas subculturas. Por exemplo, o departamento de Marketing, Finanças, e Tecnologia da Informação podem ter suas formas próprias de trabalhar e de comunicação entre os membros da equipe. Na presente pesquisa o foco é a comunicação entre gerentes de unidades de uma escola de ensino de inglês.

O comportamento organizacional é uma das áreas da administração que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações, com o propósito de utilizar esse conhecimento para promover a melhoria da eficiência e eficácia organizacional. Deste, estudam-se três elementos determinantes: indivíduos, grupos e estrutura.

Em outras palavras, o comportamento organizacional se preocupa com o estudo do que as pessoas fazem nas organizações e de como esse comportamento afeta o desempenho das mesmas. Como de forma geral estas questões envolvem as relações de trabalho, os estudos têm focado nos comportamentos relativos a funções, trabalho, absenteísmo, rotatividade, produtividade, desempenho humano e administração.

O comportamento organizacional inclui tópicos como motivação, comportamento e poder de liderança, estrutura e processos de grupos, aprendizado, desenvolvimento de atitudes e percepção, processos de mudanças, administração de conflitos, planejamento do trabalho, estresse no trabalho e **comunicação interpessoal**.

A Teoria da Polidez e áreas afins, como a análise do discurso e conversação, têm historicamente se concentrado basicamente em estudos empíricos de linguagem oral e interações face-a-face em ambientes não profissionais. Nos estudos em que a polidez é estudada em ambientes corporativos, o principal foco durante muitos anos foi a análise da interação oral (Bardovi-Harlig e Hartford, 1990; Erickson and Shultz, 1982; Fiksdal, 1988; Linde, 1988 *apud* Pileegard, 1997). Outro ponto relevante, é o fato de que muitos estudos

sobre a polidez no discurso tendem a negligenciar a importância e complexidade de aspectos não-linguísticos. Traços não linguísticos incluem, por exemplo, os emoticons² que são símbolos usados em mensagens escritas e têm o objetivo de expressar emoções. Robbins (2009, p.144), por exemplo, diz que o correio eletrônico não precisa ser destituído de emoções, e que essas podem ser expressas visualmente através de uma série de símbolos gráficos como os abaixo-listados:

:)	Sorriso	:-e	Desapontamento
<g>	Sorriso irônico	:-@	Grito
:(Olhar de reprovação	:-0	Berro
;)	Piscada	:-D	Choque ou surpresa
:-[Expressão muito triste	:’(Choro

Ainda que Robbins não esteja falando do e-mail institucional, ele admite que caracteres gráficos como as letras maiúsculas podem ser usados para chamar atenção. O uso de ESTE PROJETO REQUER SUA ATENÇÃO IMEDIATA! equivale a verbalizar a frase com alguns tons acima do normal.

O estudo do discurso no ambiente corporativo tem se tornado objeto de estudo de diversas pesquisas nos últimos anos. Uma evidência deste crescimento é o número de publicações, capítulos de livros e o *Handbook of Business Discourse* (Bargiela-Chiappini, 2009) que representa uma valiosa contribuição para a análise do discurso no ambiente de trabalho. O discurso organizacional também é abordado nos trabalhos de Grant et al. 1998; Bargiela-Chiappini, F et al 2007; Keenoy et al. 1997; Fairhurst e Cooren 2004.

Uma pesquisa do *Wall Street Journal* (Alsop, 2004) descreve os programas de MBA (*Master in Business Administration*) nos Estados Unidos como deficientes em habilidades comunicativas. A pesquisa revela que muitos alunos dos cursos estudados apresentam problemas como falta de profissionalismo ao usarem termos casuais em e-mails corporativos e pouca habilidade de argumentação que torna a comunicação menos eficaz. O autor afirma que gerentes e futuros gerentes não precisam de *declarative knowledge* (conhecimento explícito) sobre como gerentes devem se comunicar. Apesar desse tipo de conhecimento ter certa relevância, os gerentes precisam de exposição à experiências que possam ajudá-los a desenvolver suas próprias habilidades comunicativas. Assim, acredita-se que a presente

² Uma ilustração sobre o uso de emoticons pode ser encontrado no Anexo B.

pesquisa que utiliza dados reais do cotidiano de um grupo de gerentes*³ em uma instituição de ensino possa contribuir para o desenvolvimentos de tais habilidades.

No Brasil, Oliveira (2009) afirma que mudanças políticas e socio-econômicas no país criaram necessidades especiais que favoreceram o desenvolvimento de pesquisas no campo do discurso na área de negócios. A autora ressalta que as pesquisas nesta área no Brasil são relativamente recentes, originariamente do início dos anos 90. O início das pesquisas pode ser associado aos primeiros passos que tinham como objetivo preencher uma lacuna existente os estudos linguísticos e pesquisas relacionadas ao trabalho. Os trabalhos de Halliday e Hasan (1989) sobre a influência de aspectos situacionais e culturais sobre o uso da linguagem foram fundamentais para os estudos da análise do discurso na comunicação empresarial. Ainda no contexto brasileiro, o projeto DIRECT desenvolvido pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) merece destaque por suas pesquisas na área da análise do discurso em ambiente profissional.

Grande parte das pesquisas sobre o discurso organizacional está concentrada na análise do discurso e a interação. Estes estudos permitem maior entendimento de como os atores sociais constroem suas emoções, identidades, atitudes, conhecimento, processos organizacionais e relações de trabalho.

A análise do discurso nas mensagens trocadas entre indivíduos em posições hierárquicas diferentes em ambiente corporativo pode revelar alguns recursos de controle, exercício de liderança e cultura organizacional que muitas vezes não são percebidos em uma leitura superficial. Marcadores discursivos, perguntas retóricas e mudanças de pronomes são algumas das formas linguísticas usadas para atingir esses objetivos.

A motivação para este estudo vem de uma pesquisa realizada em 2009 para o curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Linguística Aplicada ao Ensino de Língua Inglesa (UERJ) no qual estudei as interações entre professores em fóruns de discussão online sob o título: “*Professional online discussion forums in English: a corpus-driven study of native and non-native discourse*”⁴. Na ocasião, tive a oportunidade de verificar que as trocas no fóruns de professores brasileiros eram muito prolixas, cheias de rodeios, pedidos de desculpas ou evasivas

Outra motivação vem da minha experiência profissional como participante das trocas de e-mails analisadas nesta pesquisa. Desde 2005, participo e observo as diversas trocas de

³ O termo gerente é adotado na instituição analisada pois as tarefas incluem a parte acadêmica e administrativa/financeira das unidades da empresa.

⁴ Estudo orientado pela Profa. Dra. Tania Shepherd.

mensagens entre o grupo gerencial da instituição onde trabalho como gerente de uma unidade. Essas trocas envolvem tópicos variados como pedidos de ajuda, conselhos, exposição de problemas relacionados ao trabalho, gerenciamento de conflitos, entre outros.

Algumas formas de polidez nas interações entre os participantes do grupo gerencial estudado causaram-me interrogações e foram o principal agente motivador desta pesquisa. O exemplo abaixo enviado pela Gerência Central⁵ para o grupo de gerentes de unidades ilustra uma dessas interações:

Assunto: Ações de Início de Semestre - 1º semestre.doc

Meus queridos,

Como muitos gerentes mudaram de filial recentemente e outros são novos no cargo, envio novamente as ações de início de semestre.

Beijinhos e muito sucesso!!!!

Percebe-se que pelo assunto do e-mail que o propósito da mensagem é disponibilizar um documento institucional que pode ajudar no trabalho dos gerentes envolvidos. Entretanto, a saudação inicial *Meus queridos* e o fecho *Beijinhos* chamam atenção para uma forma de tratamento que pode ser peculiar nas interações entre os participantes do grupo estudado (ver capítulo de análise). A explicação que inicia a mensagem “*Como muitos gerentes mudaram de filial recentemente e outros são novos no cargo*” também é uma forma de proteger a face dos interlocutores, ou seja, procura respeitar o “território” do outro já que nem todos os gerentes mudaram de filial recentemente.

Kong (2006 *apud* Bargiela-Chiappini, 2009) analisa as estratégias de polidez nas trocas internas de e-mails em uma empresa em Hong Kong. Os estudos do autor indicam que estratégias de polidez são mais frequentes em relações assimétricas de poder. Subordinados tendem a usar mais estratégias de polidez quando fazem algum pedido a seus superiores e os superiores tendem a justificar mais seus pedidos aos subordinados do que o fazem quando o destinatário é um par em mesma posição hierárquica. Este fato pode ser explicado por uma preocupação maior de superiores com a grande ameaça à face que pode ser criada pelas diferentes relações de poder aliada à necessidade, por questões estratégicas, que as empresas têm atualmente de conciliar objetivos corporativos e os objetivos pessoais dos indivíduos.

⁵ Não serão considerados neste estudo o sexo dos participantes envolvidos.

Outro e-mail, trocado entre gerentes em mesmo nível hierárquico, mostra um agradecimento por um favor prestado:

Assunto: Agradecimento

Carlos⁶,

MUITO OBRIGADA pela sua gentileza de receber minhas meninas. Agradecimentos super especiais ao secretário (...), que realmente revelou os segredos do sucesso e nos ensinou (...). A (...) e a (...) voltaram encantadas com o carinho com que foram recebidas e super animadas com o trabalho que farão (todos nós faremos) daqui por diante. Obrigada também à (...), pela atenção que dispensou às duas. Staff nota dez!

Um beijo agradecido,

(...) e staff

O uso de letras maiúsculas nas palavras MUITO OBRIGADO no início do e-mail é um exemplo de marca gráfica que enfatiza o objetivo da mensagem. Mais uma vez, o encerramento do e-mail chama atenção pela presença das palavras *beijo* adicionado do adjetivo *agradecido*, além do emprego do substantivo *gentileza* e da expressão *encantadas com o carinho* para marcar a satisfação com o favor prestado. Os agradecimentos que são repetidos **três** vezes na mensagem e os *intensificadores* (quadro 1 da revisão da literatura) podem ser considerados marcas de polidez em trocas de e-mails na instituição analisada e entre gerentes que têm mesma hierarquia. Apesar de não se tratar de um pedido, a polidez no exemplo acima contraria os estudos feitos em Hong Kong (Kong 2006 *apud* Bargiela-Chiappini, 2009), pois a mensagem entre gerentes em mesma posição hierárquica é marcada por diversas estratégias de polidez.

Nesse contexto, este trabalho privilegia o estudo dos mecanismos de proteção de face e a polidez no discurso de um grupo de gerentes em ambiente corporativo, assim como a imagem pública dos participantes dentro da instituição através de suas escolhas linguísticas nos e-mails analisados. As perguntas de pesquisa deste estudo são:

- a) Quais as estratégias de proteção de face adotadas pelos gerentes em mesmo nível hierárquico nas trocas de e-mails analisadas?
- b) Quais as relações de polidez adotadas entre superiores e subordinados e vice-versa?

⁶ Todos os nomes próprios foram alterados por não possuírem relevância para este estudo e para preservar a identidade dos participantes/instituições.

- c) De que forma essas relações contribuem para a manutenção de uma cultura organizacional?
- d) Existem padrões lexicais que evidenciam, coletivamente, a polidez no discurso do grupo estudado?

Esta dissertação está dividida em cinco capítulos: Introdução, Revisão da literatura, Materiais e métodos, Análise dos dados e Considerações finais.

No capítulo 1, são apresentadas as principais motivações para este estudo, uma breve descrição do conceito de cultura organizacional e de que forma a mesma pode ser refletida na linguagem usada em trocas de e-mails em ambiente corporativo, além, das perguntas de pesquisa que norteiam este estudo.

No capítulo 2, são discutidos os conceitos de face (Brown e Levinson, 1987), *footing* e enquadre (Goffman, 1998), os diversos tipos de pesquisa usando a Linguística de Corpus, algumas visões sobre o conceito de gênero e a taxonomia de Hyland (2008) usada na análise de dados formados por agrupamentos lexicais.

No terceiro capítulo, Materiais e métodos, são descritos o passo-a-passo da análise dos dados assim como os materiais e métodos utilizados na mesma. Em relação à metodologia, é feita uma breve descrição da Linguística de Corpus e seus principais usos em pesquisas no campo da Linguística.

No capítulo 4, são analisados os dados com o objetivo de responder às perguntas de pesquisa deste estudo. Neste capítulo, são apresentados também os resultados de um questionário com algumas crenças sobre o uso de fechos e saudações em e-mails. Os participantes do questionário são gerentes da instituição estudada (instituição alvo) e alunos de um curso de MBA (*Master in Business Administration*) em gestão de negócios.

Finalmente, no capítulo 5, são discutidos os principais resultados da presente pesquisa e as contribuições da mesma para melhor compreensão das relações entre a cultura organizacional e a linguagem de e-mails em ambiente corporativo.

Na próxima seção, será feita a revisão da literatura que serviu como base para a presente pesquisa.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo descreve a Teoria da Polidez segundo Brown e Levinson (1987) usada nas análises dessa pesquisa. A presente seção revisa ainda os conceitos de face Brown e Levinson (1987), *footing* e enquadre Goffman (1998) e a relevância de estudos baseados em corpus. Desta forma, a fundamentação teórica está dividida em quatro grandes partes: a) a face segundo Brown e Levinson; b) os conceitos de *footing* e enquadre segundo Goffman; c) as visões sobre o conceito de gênero para entender o e-mail institucional e d) tipos de estudos em Linguística de Corpus e a taxonomia de Hyland (2008), que nos permite classificar agrupamentos usados para negociar relações entre participantes do discurso.

1.1 A Teoria da Polidez: Brown e Levinson

A noção de face de Brown e Levinson (1987) origina-se nos estudos de Goffman (1967), que define face como o *self* (auto imagem pública) que cada pessoa tenta projetar nas interações sociais. A teoria assume que todo adulto membro de uma sociedade preocupa-se com a preservação da face, ou seja, a auto imagem que cada membro deseja e reconhece que o outro também possui. Nesse sentido, o *self* é uma construção social ou, mais especificamente, uma construção interativa. A face é dividida em duas formas, ainda que relacionadas: a face positiva e a face negativa. A face positiva é o desejo que cada indivíduo tem de que sua auto-imagem seja aprovada ou apreciada pelos outros. A face negativa é caracterizada pela necessidade de liberdade de ação e liberdade de imposição.

Neste sentido, “face” reflete o uso comum da expressão “preservar face” em língua inglesa que associa a face a sentimentos de humilhação ou constrangimento acarretando a “perda da face”. Schiffrin (1994, p. 102) diz que “a manutenção da face é construída nas teias das relações sociais (...)”⁷. A face é então algo com um cunho emocional, a qual pode ser perdida, mantida ou aprimorada, e deve ser constantemente o alvo de atenção durante as interações. Em termos gerais, a face positiva refere-se a uma auto-estima, enquanto a face negativa refere-se a sua liberdade de agir. Assim, existe um interesse recíproco dos participantes de uma interação em preservar a face uns dos outros

⁷ Tradução minha de: “The maintenance of both self and face is built into the fabric of social interaction (...)”

Os dois aspectos da face são os desejos básicos de qualquer interação social, e durante toda a interação social, é necessária a cooperação entre os participantes dessa interação para manter a face uns dos outros. Pode-se dizer que nas relações sociais há uma cooperação entre interactantes para a manutenção da face (Brown e Levinson, 1987). Essa cooperação é baseada na mútua vulnerabilidade da face dos interlocutores durante as interações, ocasionando, assim, um esforço recíproco para a preservação de face.

A Teoria da Polidez teve forte influência em uma série de publicações no campo da sociolinguística interacional e é aplicada a diferentes contextos sociais e culturais. Autores como Lakoff (1974) e Brown e Levinson (1987), afirmam que a polidez está ligada a um aspecto emocional que envolve os graus de distância social e emocional entre interactantes, assim como a relação de poder entre eles.

A polidez é o exercício de escolha de linguagem para criar um contexto de acordo com as expectativas do interlocutor (Grundy, 2000). Esta definição pressupõe que qualquer situação em que a linguagem é usada para comunicação a polidez está envolvida. O autor afirma que a difusão da polidez no discurso é tamanha que raramente a notamos, como no exemplo abaixo:

a) Tem algum banheiro por aqui?

ao invés de

b) Onde é o banheiro?

Ou

c) Eu preciso ir ao banheiro.

Cada frase tem uma sutil diferença em relação ao nível de polidez, de acordo com a situação e os participantes na interação, uma poderá ser mais ou menos apropriada que outra.

Essas questões têm grande relevância para a presente pesquisa, que analisa a troca de e-mails entre gerentes no ambiente de uma instituição privada de ensino, pois as mesmas revelam de que forma os participantes das interações constroem suas identidades e ratificam uma cultura organizacional. Um exemplo prático é **o ato de pedir** que é discutido brevemente neste capítulo.

Primeiramente, apresentaremos uma breve descrição do ato de pedir, apontando para as descrições existentes e os seus dois principais componentes: o ato de abertura do pedido e seus modificadores periféricos. Daremos atenção especial aos modificadores usados no

presente estudo, ou seja, *grounders* (justificativa ou atos de apoio ao pedido que o justificam) *expanders* (repetição ou atos de apoio ao pedido que o retomam explicitamente ou o desenvolvem) e *disarmers* (atenuadores ou atos de apoio ao pedido que o mitigam)⁸. Em seguida, faremos uma revisão do referencial teórico sobre o ato de fala de pedir, pois é o ato mais comum nas mensagens analisadas.

O ato de pedir tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores (Scarcella 1979; Blum- Kulka e Olshtain 1986; Takahashi and Dufon 1989; Rosborg 1995; Takahashi 1996; Hill 1997; Hassall 1997; Rose 2000 *apud* Jordà, 2005). No Brasil, Dantas (2006) investigou um conjunto de e-mails de uma lista de discussão acadêmica acerca de estudos da linguagem, à luz da Linguística Sistêmico-Funcional.

Pedidos são atos ilocucionários que pertencem à categoria de diretivos de Searle⁹. Conforme a definição do autor “Estas são tentativas feitas pelo falante para conseguir que o receptor da mensagem faça algo. Elas podem ser tentativas modestas como quando se faz um convite para que alguém faça algo, ou podem ser mais veementes como na insistência para que alguém faça alguma tarefa”¹⁰ Searle (1979, p.13 *apud* Jordà, 2005, p. 75). Pedir alguém para fazer algo é um ato que possui uma natureza impositiva e pode ser considerada uma invasão do território do interlocutor. De acordo com a teoria de Brown e Levinson (1987), pedidos são marcados por sua natureza de um ato ameaçador de face e por esse motivo têm destaque nessa pesquisa.

Na verdade, alguns autores como Green (1975) e Leech (1983) preferem classificar o ato de pedir como um ato impositivo, ao invés de diretivo. Entretanto, Sifinau (1999) argumenta que nem todos os pedidos representam uma imposição para o receptor da mensagem, apesar de os pedidos frequentemente direcionarem o interlocutor a fazer alguma ação. Assim, o termo diretivo seria mais adequado. O autor também ressalta que os pedidos de ajuda podem mostrar a relação social existente entre os participantes de uma interação, uma vez que os interactantes podem escolher a ênfase dada no ato de pedir: (a) o locutor *Posso fechar a porta?* (b) o interlocutor *Você pode fechar a porta?* (c) tanto o locutor quanto o interlocutor *Podemos fechar a porta?* (d) a ação *Seria possível fechar a porta?*

Uma grande variedade de formas linguísticas podem estar presentes em atos de fala que envolvem pedidos. Estes atos são compostos de duas partes principais: o “corpo” do ato

⁸ Os termos serão definidos nesta seção

⁹ Os atos diretivos tentam levar o alocutário a fazer algo: ordenar, pedir, mandar (Searle, 1979).

¹⁰ Tradução minha para: These are attempts by the speaker to get the hearer to do something. They may be very modest attempts as when I invite you to do it, or they may be very fierce attempts as when I insist that you do it.

de abertura do pedido, que tem a função de pedir, e seus elementos periféricos, que mitigam ou agravam a força do pedido. Estes últimos envolvem elementos modificadores que são distribuídos em dois grupos principais: modificadores internos do “corpo” da mensagem e modificadores externos do conjunto da mensagem.

Exemplo 1 (modificador interno):

Você *por acaso* poderia abrir a porta para mim?

Exemplo 2 (modificador externo):

Eu estou com as mãos ocupadas, você poderia abrir a porta para mim?

Com foco no interlocutor, *disarmers*, como o nome indica, são modificadores externos e têm o objetivo de limitar as possibilidades de o interlocutor recusar-se em fazer a ação solicitada. Exemplos típicos de *disarmers* incluem os condicionais (*Se você tiver um tempo*, você poderia digitar esta carta para mim?), apesar de frases declarativas também serem usadas como *disarmers* (e.g. *Eu não gostaria de incomodar*, mas você poderia digitar esta carta para mim?). O segundo subtipo de modificação externa são os *grounders*, que consistem em justificativas para a apresentação do pedido. De acordo com Sifianou (1999, p. 185), *grounders* são um tipo de dispositivo de reforço, que "contribuem para um encontro harmonioso em que o orador, dando motivos para um pedido, espera que o destinatário seja mais compreensivo e disposto a cooperar". Um exemplo de *grounder* é: “*Está bastante abafado aqui*, você poderia abrir a janela?”. Além disso, Hassall (2001, p. 266) afirma que o fornecimento de razões faz o pedido mais educado, e pode transmitir tanto a polidez positiva quanto a negativa (Brown e Levinson, 1987). O locutor também pode pela repetição da introdução do pedido aumentar a ênfase do mesmo. Sifianou (1999) refere-se a esta possibilidade como o uso de *expanders*, pois quando há repetição ou uso de sinônimos para o ato de pedir, o locutor expande sua intenção (e.g. *Você poderia vir à festa? Nós vamos nos divertir. Por favor, venha.*).

TYPE	SUB-TYPE	EXAMPLE
Internal Modification		
	Openers	- <i>Do you think</i> you could open the window? - <i>Would you mind</i> opening the window?
	Softeners	Understatement - Could you open the window <i>for a moment</i> ? Downtoner - Could you <i>possibly</i> open the window? Hedge - Could you <i>kind of</i> open the window?
	Intensifiers	- You <i>really</i> must open the window. - <i>I'm sure</i> you wouldn't mind opening the window.
	Fillers	Hesitators - <i>I er, erm, er</i> - <i>I wonder</i> if you could open the window Cajolers - <i>You know, you see, I mean</i> Appealers - <i>OK?, Right?, yeah</i> Attention-getters - <i>Excuse me ...; Hello ...; Look ...; Tom, ...; Mr. Edwards ...; father ...</i>
External Modification		
	Preparators	- <i>May I ask you a favour?</i> ... Could you open the window?
	Grounders	- <i>It seems it is quite hot here.</i> Could you open the window?
	Disarmers	- <i>I hate bothering you but</i> could you open the window?
	Expanders	- Would you mind opening the window? ... <i>Once again, could you open the window?</i>
	Promise of reward	- Could you open the window? <i>If you open it, I promise to bring you to the cinema.</i>
	Please	- Would you mind opening the window, <i>please?</i>

Quadro 1 - Tipologia de modificadores internos e externos (Soler; Jordà; Martínez-Flor, 2005, p. 17).

Todos os modificadores internos ilustrados no quadro acima podem ser usados para garantir a polidez no discurso, como no exemplo abaixo retirado do corpus de estudo:

Queridos gerentes,

Mais uma vez , preciso de informações de vocês. Gostaria de saber :

- 1- quantos professores (...)
- 2- quantas turmas cada um deles tem
- 3- quantos professores da sua filial estão fazendo o treinamento (...)
- 4- se vocês terão necessidade de (...)
- 5- qual a previsão de abertura de turmas para este semestre
- 6- qual o melhor dia/horário/mês(es) (...)

Muita coisa, não é? Sorry!

Será que vocês poderiam responder até 3ª feira, dia 22, para (...)?

Muito obrigada ☺
beijos

A mensagem é iniciada com o *disarmer* “Mais uma vez”, que procura eliminar qualquer possibilidade de objeção do destinatário e pode ser vista como respeito ao território do outro, configurando assim uma forma de polidez positiva do enunciador. Ao final do pedido é acrescentado um *expander* “será que vocês poderiam responder até 3ª feira (...)?”, que configura mais uma marcada de polidez no discurso.

Outros modificadores de grande relevância para este estudo são os atenuadores (*softeners*), especialmente os mitigadores (*hedges*), que são marcadores pragmáticos que sinalizam o desejo do enunciador de preservar a face de seu interlocutor. Hyland (1998, p. 1)¹¹ afirma que:

"Mitigação" refere-se a quaisquer meios linguísticos utilizados para indicar: a) a falta de compromisso total com o valor da verdade de uma proposição, ou b) o desejo de não expressar um compromisso categoricamente.

No que tange à polidez no discurso, Lakoff (1973 apud Godoi & Ribeiro, 2006) descreve três regras básicas: a) não imponha a sua vontade ao interlocutor; b) indique opções; c) faça com que o interlocutor se sinta bem, seja amável. A polidez segundo Johnstone (2002) é uma das principais razões pelas quais as pessoas são indiretas “*será que vocês poderiam responder até 3ª feira (...)?*”, ou seja, não dizem com precisão o que pretendem e deixam implícito o que poderia ser dito de forma direta “*Eu preciso de uma resposta até 3ª feira*”.

Algumas das estratégias presentes nos estudos de Brown e Levinson (1987, p. 102)

¹¹ Tradução minha de: "hedging" refers to any linguistic means used to indicate either a) a lack of complete commitment to the truth value of an accompanying proposition, or b) a desire not to express that commitment categorically.

sobre a polidez no discurso nortearão as análises feitas neste estudo. A lista apresentada pelos autores engloba tanto realizações de polidez positiva como de polidez negativa:

Polidez positiva	Polidez negativa
Escute as necessidades de seu interlocutor	Seja convencionalmente indireto
Exagere no interesse/aprovação	Pergunte, proteja-se
Intensifique o interesse	Seja pessimista
Use marcadores de identidade com o grupo	Minimize a imposição
Procure concordância	Dê deferência
Evite discordância	Peça desculpas
Seja pacífico	Seja impessoal
Faça brincadeiras/use senso de humor	Considere a imposição como uma regra geral
Deixe claro que você está ciente das necessidades do outro	Use nominalizações
Ofereça/prometa	Aja como quem incorre uma dívida
Seja otimista	
Dê (ou peça) motivos/razões	

Quadro 2 – polidez positiva e negativa segundo Grundy, 2000, p.161.

Para Brown e Levinson, apesar de o conceito de face ser diferente de acordo com as diferentes culturas, o mútuo conhecimento da auto imagem pública e a necessidade dos indivíduos se orientarem em uma interação, são universais. Entretanto, a universalidade dos pressupostos teóricos da teoria da polidez no discurso de Brown e Levinson é questionada por diversos autores.

Praticamente todos os aspectos da teoria de Brown e Levinson têm sido alvo de críticas. Vale ressaltar que não faz parte da esfera deste trabalho uma discussão detalhada de todas as críticas à teoria apresentada pelos autores e que a grande maioria dos trabalhos sobre a polidez no discurso faz uso da teoria dos autores aqui mencionados. Mencionaremos brevemente algumas das principais críticas levantadas contra a teoria em questão.

Talvez a mais importante crítica seja contra a universalidade da teoria da Polidez de Brown e Levinson. Autores como Nwoye 1992 e Strecker 1993 questionam a relevância do conceito de face e afirmam que a teoria deve ser testada empiricamente em culturas fora do mundo ocidental. A teoria tem sido criticada por ser considerada individualista, e,

consequentemente, por não explicar a polidez no discurso em culturas que possuem uma grande orientação para a atividade em grupo e culturas nas quais a polidez não parece ser motivada pela preocupação com a face dos participantes, mas como um fato social em relação a outros membros do grupo.

Apesar das críticas, a teoria de Brown e Levinson permanece como a mais usada na grande maioria dos trabalhos acadêmicos da atualidade (Bargiela-Chiappini, 2009) e, por este motivo, é a principal referência usada nas análises realizadas nesse estudo sobre a polidez nas trocas de e-mails entre gerentes em um contexto corporativo.

1.2 O conceito Goffmaniano de enquadre e *footing*

Nesta seção, definimos os conceitos de enquadre e *footing* de acordo com Goffman (1998).

Segundo Goffman (1998), enquadres são eventos da fala, ou seja, os eventos propostos pelos participantes em qualquer encontro face a face, de forma a organizar e orientar o discurso com relação à situação interacional. Assim sendo, temos enquadres de entrevistas, brincadeiras, leilões, salas de aula, etc.

Já o conceito de *footing*, introduzido por Goffman em seu artigo *Footing*, cinco anos após a introdução do conceito de enquadre, pode ser definido como “o alinhamento, a postura, a posição, a projeção do ‘eu’ de um participante na sua relação com o outro, consigo próprio e com o discurso em construção” como explicam Ribeiro e Garcez (2002, p. 107). O *footing*, então, representa o dinamismo e a natureza discursiva do enquadre e, por este ser dinâmico, pode ser introduzido, negociado e modificado ao longo da interação. Em outras palavras, *footing* implica, necessariamente, uma relação entre linguagem e interação Goffman (1979).

Como Goffman (1974 *apud* Wine, 2008) assinala, há momentos em que tentamos mudar um enquadre (fazer um re-enquadre ou alterar as relações sociais e cognitivas) dentro de uma interação social através da mudança do nosso *footing*, posicionamento. Assim, mudanças no *footing* equivalem a mudanças que podem afetar o tom, papéis sociais, interpessoais e alinhamentos. Uma mudança no *footing* pode afetar o status anterior da relação e a distância social previamente estabelecida entre interlocutores.

Em vista disso, pode-se dizer que os *footings* dos falantes são mantidos não só através do comportamento destes, como também de suas escolhas lingüísticas. Tais comportamentos e escolhas lingüísticas permitem que as verdadeiras intenções comunicativas dos falantes

envolvidos sejam expressas e ratificadas ou não. Com relação aos footings dos ouvintes, estes se estruturam mediante o discurso do outro, ou seja, os ouvintes projetam suas opiniões segundo as inferências produzidas no decorrer do encontro social. Essas inferências podem ser feitas a partir de *pistas de contextualização* presentes no texto. Gumperz (1982, p. 152) diz que as pistas de contextualização são:

(...) constelações de traços presentes na estrutura de superfície das mensagens que os falantes sinalizam e os ouvintes interpretam qual é a atividade que está ocorrendo, como o conteúdo semântico deve ser entendido e como cada oração se relaciona ao que a precede e a sucede.

Dado isto, torna-se claro que, em interações face a face, a velocidade da enunciação das frases, o ritmo, a hesitação, o silêncio, o olhar, entre outros, exercem fundamental influência na construção do significado, auxiliando na escolha do footing a ser assumido pelos interactantes, já que, como mencionado anteriormente, *footing* implica numa relação entre linguagem e interação. O mesmo não ocorre nas interações online assíncronas¹², uma vez que este contato face a face não ocorre. Assim, cabe aos interactantes virtuais inserir as pistas linguísticas que expressem seus respectivos footings em seus próprios enunciados. Conseqüentemente, nas interações online, os tópicos discursivos apresentados pelos interactantes virtuais, bem como suas escolhas linguísticas (palavras abreviadas, pronomes de tratamento, adjetivos, advérbios, dentre outros) e paralinguísticas (emoticons, interjeições, letras minúsculas ou maiúsculas, palavras em negrito, etc.) são as “pistas” discursivas que representam seus footings, dado que, segundo Goffman (2002 *apud* Paiva e Rodrigues, 2004, p.5) “a mudança de footing está muito comumente vinculada à linguagem; quando tal não for o caso, ao menos poderemos afirmar que os marcadores paralinguísticos estarão presentes”.

1.3 Classificando blocos de palavras: as categorias de Hyland

Hyland (2008) investigou as formas, estruturas e funções de seqüências recorrentes de padrões lexicais formados de 4 palavras (os quadrigramas ou feixes de quatro palavras) em um corpus 3,5 milhões palavras composto por trabalhos acadêmicos, teses de doutorado e dissertações de mestrado. A pesquisa foi *corpus-driven* (dirigida pelo corpus), uma vez que

¹² Interações síncronas acontecem em tempo real e assíncronas estão desconectados do tempo e espaço (Crystal, 2004).

Hyland primeiro examinou os padrões extraídos do corpus de estudo e, em seguida, procurou classificar os agrupamentos mais frequentes de quatro palavras extraídos dos gêneros estudados. A taxonomia desenvolvida por Hyland (2008, p. 99) foi particularmente feliz em dar conta da padronização lexical em grupos de textos. Hyland verificou que, na realidade, em qualquer grupo de textos, existem três tipos de agrupamentos lexicais: **referentes ao tópico** (*topic-oriented*), **referentes ao texto** (*text-oriented*) e **referentes aos participantes** (*participant-oriented*). Cada uma destas categorias apresenta subdivisões, mas para o âmbito desta dissertação, serão usadas apenas estas macro categorias.

Os feixes **referentes ao tópico** ajudam os escritores a estruturar suas experiências do mundo real e atividades. Estes podem incluir indicações de tempo e lugar, processos, quantificação e descrição de tópicos. A segunda categoria, os agrupamentos **referentes ao texto**, estão ligados a padrões argumentativos, discursivos e avaliativos de um texto. Agrupamentos sob esta categoria são utilizados na organização de um texto de acordo com um gênero específico, eles também podem ser vistos como sinais de que os escritores são capazes de controlar as convenções de retórica em seus campos de atuação. Eles podem incluir sinais que apontam para a transição, os resultados, etc. A terceira e última categoria inclui agrupamentos de palavras **referentes aos participantes**, usados para expressar dois tipos principais de significado: *postura* e *envolvimento*.

CHECKLIST DA CERIMÔNIA DE	Referentes ao tópico
DATA PARA REUNIÃO DE	
POR OUTRO LADO EU	Referentes ao texto
APESAR DOS RESULTADOS DOS	
PENSE EM SUA RESPONSABILIDADE	Referentes aos participantes
O Q VCS ACHAM	

Quadro 3 – Exemplos de quadrigramas (Topic-oriented, Text-oriented e Participant-oriented) extraídos do corpus de estudo.

As conclusões de Hyland em termos do corpus investigado foram que a ocorrência e número de agrupamentos varia de acordo com os diferentes contextos estudados.

Esta dissertação adotará as macro categorias de Hyland aqui descritas para analisar o que acontece coletivamente, em termos de padronização lexical, nas trocas de e-mails do grupo de gerentes da instituição estudada, numa tentativa de estabelecer se existe padronização na utilização de estratégias de polidez positiva.

Na próxima seção, estudaremos as principais visões sobre o conceito de gênero e importância do mesmo na comunicação escrita em empresas.

1.4 Entendendo o e-mail

Nesta seção, procuraremos entender as trocas interacionais através de e-mails dentro da empresa. Discutiremos o uso do e-mail como suporte para comunicação digital dentro da empresa. O e-mail será considerado neste trabalho não como um gênero mas como uma forma de comunicação única (um suporte) com características próprias. Começaremos com algumas brevíssimas reflexões sobre a assim chamada Escola de Sydney da Linguística Sistêmico-Funcional, a fim de entender o que acontece nessas trocas. Teremos que iniciar com um breve enfoque no conceito de gênero dessa “escola”.

A Escola de Sydney é caracterizada pelas teorias da Linguística Sistêmico-Funcional (doravante LSF) e da semiótica social e foi influenciada pela teoria de registro de Michael Halliday. A abordagem Sistêmico-Funcional ao entendimento do que seja o gênero tem contribuído ricamente para o entendimento de ‘how a text means what it does’, ou seja, de como um texto vem a significar o que significa. A LSF opera a partir da premissa de que a linguagem está integralmente relacionada com a função social e o contexto. A Linguagem está organizada de uma maneira por uma cultura, porque essa organização serve a uma finalidade social dentro dessa cultura. A LSF é "Funcional" porque a língua serve funções distintas dentro de contextos específicos e "Sistêmica" refere-se aos sistemas que a estruturam ou organizam para que a mesma possa funcionar dentro desses contextos.

Segundo a Linguística Sistêmico-Funcional, o gênero textual é **um** elemento abstrato em um sistema semiótico complexo que capacita aqueles que dele tenham conhecimento a participarem das práticas sociais que necessitam do referido gênero textual.

Apesar de tantos estudos sobre gêneros textuais, parece haver um consenso na literatura na área dos estudos de gênero, conforme apontam Coutinho & Miranda (2009), em relação às dificuldades na elaboração de um trabalho descritivo sobre o que é gênero. A mutabilidade e a diversidade, por exemplo, são características dos gêneros e alguns dos argumentos levantados pelas autoras para justificar as dificuldades de definição do que é gênero. As autoras ressaltam, entretanto, que apesar destas características, falantes, ouvintes, escritores e leitores não enfrentam dificuldades em usar os gêneros com os quais eles já estão familiarizados e que são parte de seu dia-a-dia.

Nesse sentido, o conceito de gênero também se torna metafórico, como ressalta Swales (2004). Temos como exemplo a definição elaborada por Bazerman (1997, p.19):

Gêneros não são apenas formas. Gêneros são formas de viver, jeitos de ser. Eles são molduras para a ação social. Eles são ambientes de aprendizagem. Eles são lugares nos quais o significado é construído. Gêneros moldam nossos pensamentos e as comunicações através das quais interagimos.

Os gêneros escritos podem ser vistos como co-construídos pelos leitores e escritores com propósitos sociais em comum. Eles são construídos com base em convenções ao longo do tempo e através de situações recorrentes. Estas situações são influenciadas por fatores sociais, culturais e institucionais que são tácitos na vida cotidiana, principalmente para aqueles que possuem o conhecimento do gênero.

O ponto de vista adotado nesta dissertação é o da Linguística Sistêmico Funcional, cuja teoria de gênero diz que “gênero pode ser visto como Registro (o que eu falo ou **campo**, com quem eu falo ou **relações** e que texto/s eu produzo ou **modo**) *mais* propósito”, conforme afirma Thompson (1996, p. 36).

O e-mail institucional se visto por esta perspectiva, é um veículo de ação social, com um propósito, de servir como ligação entre os membros da empresa, um lugar onde significados são construídos, um lugar que molda os pensamentos e as comunicações através das quais os funcionários da empresa agem.

O e-mail institucional tem também um Registro: o seu campo (os assuntos da empresa) seu modo (escrito assíncrono) e suas relações (‘com quem eu falo’, gerentes acima, abaixo de mim ou no mesmo nível, hierarquicamente falando).

O presente estudo, que analisa trocas de e-mails dentro de ambiente profissional, com todas as implicações hierárquicas de uma organização, tem como pano de fundo os estudos sobre gêneros de Yates and Orlikowski (1994).

Yates and Orlikowski (1994) propõem o uso do gênero como uma base para o estudo das comunicações nas organizações. Os autores definem gênero como “uma forma distinta da ação comunicativa, caracterizada por um propósito comunicativo reconhecido socialmente e aspectos comuns de forma” (Yates and Orlikowski, op.cit, p.543). Isto significa que dada uma reconhecida necessidade de comunicação, isto é, um propósito, as pessoas normalmente expressam motivos sociais semelhantes, temas e tópicos em comunicação com características físicas e linguísticas semelhantes (ou seja, a forma). Nesse sentido, eles irão comunicar-se em um gênero reconhecido.

Alguns gêneros são definidos principalmente em termos de propósito, como por exemplo, uma proposta ou uma carta de referência; outros em termos de forma física, como um folheto ou panfleto. No entanto, a maioria dos gêneros envolve uma combinação de finalidade e forma, como um boletim informativo, através do qual se comunica "a notícia do dia", incluindo vários artigos curtos e é distribuído periodicamente aos assinantes ou de membros de uma organização. Isto se encaixa no trabalho de Halliday (1985) sobre contexto de situação e contexto cultural que tem como base o *campo*, *teor* (ou *relações*) e *modo*. Campo refere-se ao assunto tratado, ou seja, a orientação técnica do texto. De acordo com o autor, as perguntas em relação ao Campo referem-se a:

1) Qual é a natureza da ação social que está acontecendo?

2) Em que atividade os participantes estão engajados?

Nas trocas de e-mails estudadas o campo é facilmente identificado pela linha assunto das mensagens, como no exemplo abaixo:

De: Gerente
 Enviada em: segunda-feira, 28 de fevereiro de 2011 14:31
 Assunto: Oscar Winners

Caros,

Segue apresentação com os vencedores do Oscar.

As Relações do discurso referem-se à relação social entre os participantes de uma interação. Estas incluem relações de formalidade, poder e afeto (e.g. superior/subordinado, pai/filho). As Relações referem-se a:

1) Quem são os participantes da interação?

2) Qual é o status dos participantes?

3) Quais são os papéis dos participantes?

4) As relações entre os participantes são temporárias ou permanentes?

5) qual o papel discursivo dos interactantes?

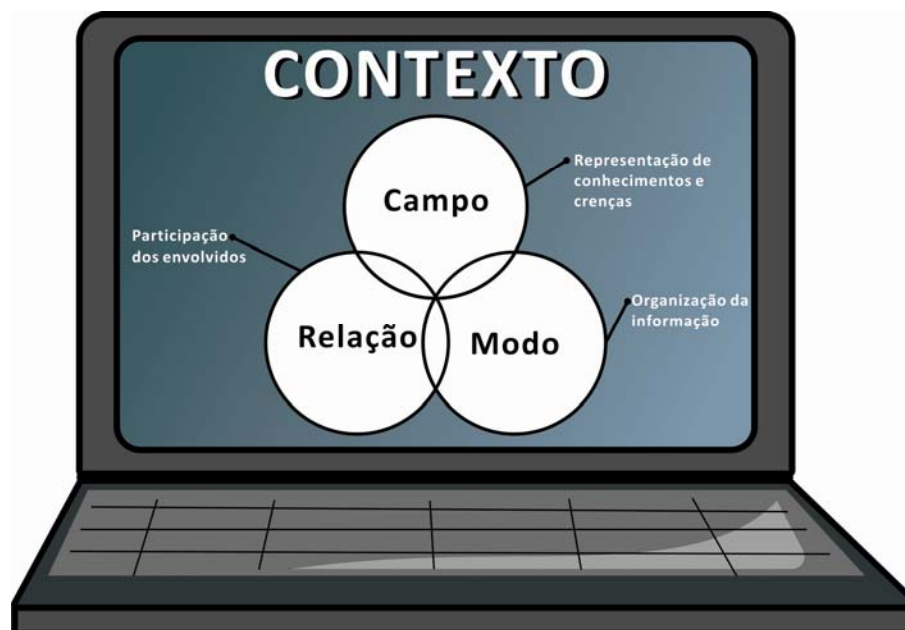


Figura 1 – Contexto de Situação Halliday (1989)

Mais recentemente, dois aspectos têm se tornado centrais na discussão sobre os papéis dos agentes: o poder e a distância social. Poder, de acordo com Hasan (1985), está relacionado com o grau de controle que um participante exerce sobre outro em uma interação. Podemos classificar as relações entre participantes como sendo hierárquicas (quando um dos participantes tem maior grau de controle sobre outro) ou não-hierárquicas (os participantes têm relações de poder iguais).

O Modo descreve a forma como a linguagem está sendo usada na interação, incluindo o meio (falada, escrita, escrita para ser lida, etc.) assim como o modo retórico (expositivo, persuasivo, instrução, etc.).

Estes três elementos possibilitam que o falante/escritor oriente-se no contexto de situação. A noção de gênero pode ser expandida de várias formas. Em primeiro lugar, gêneros formam uma hierarquia de gêneros. Em segundo lugar, vários gêneros podem ser vinculados ou incorporados para formar um padrão mais complexo de comunicação. Como Orlikowski e Yates apontam, algumas formas de comunicação usam vários gêneros ao mesmo tempo, como por exemplo, uma proposta incorporada a um memorando. Da mesma forma, várias comunicações podem ser realizadas em um padrão reconhecível, o que Bazerman (1994) chamou de um sistema de gênero. Alguns exemplos nas trocas de e-mails na instituição estudada incluem pedidos de ajuda, soluções de conflitos, solicitações de informações entre outros.

Discutiremos na próxima seção as principais características da Comunicação Mediada pelo Computador e, especialmente do e-mail.

1.4.1 A Comunicação Mediada por Computador e a linguagem do e-mail

Nesta seção exploraremos o conceito de Comunicação Mediada pelo Computador e as principais discussões sobre a linguagem do e-mail, temas centrais desta pesquisa que analisa trocas de e-mails em um contexto institucional.

Segundo Johnstone (2002, p. 180): “todo discurso é mediado de uma forma ou de outra”. Esse conceito foi abordado por Halliday (1985) que descreve o modo de apresentação de um texto como uma das formas de interpretação do contexto social em que o texto está inserido, ou seja, o ambiente no qual as interações acontecem. O modo, segundo Halliday, é o papel desempenhado pela atividade lingüística numa situação e se relaciona à forma de comunicação fônica ou gráfica, falada ou escrita.

A comunicação pode acontecer de diversas formas. Em uma comunicação face-a-face usamos os recursos articulatórios dos músculos e órgãos para produzir sons, que precisam ser convertidos para impulsos nervosos através dos ouvidos. Outros recursos podem ser usados para comunicação como as mãos, os gestos faciais ou até mesmo a leitura dos lábios em substituição ao som Johnstone (2002). Johnstone salienta que qualquer que seja o modo de comunicação, ele afeta o discurso. Nesse sentido, são destacados três pontos importantes a serem considerados: a) o discurso em um tipo de modo pode, por exemplo, ser mais complexo sintaticamente, usar mais palavras, ser menos coesivo ou usar uma forma diferente de coesão; b) o modo utilizado e a forma em que o discurso é processado podem estar relacionados. O modo usado pode tornar mais fácil ou mais difícil o processamento de informação; c) o modo usado no discurso e as relações interpessoais podem estar relacionados. A escolha do modo pode favorecer a colaboração entre participantes, a expressão de sentimentos e a troca de informações, entre outras possibilidades. Dado isto, revisaremos as principais características da Comunicação Mediada pelo Computador.

Herring (2001, p. 612) define a Comunicação Mediada per Computador (doravante, CMC) como a comunicação produzida quando indivíduos interagem através de uma rede de computadores. A autora ressalta que a CMC é considerada uma forma de comunicação distinta da escrita e da fala. A produção da CMC é parecida com outras formas de digitação de textos que permitem a edição, formatação (nos casos de interações assíncronas), porém as trocas acontecem de forma relativamente mais rápidas que outras trocas de textos escritos

(e.g. cartas). Quando comparada com a comunicação oral, mesmo as trocas chamadas de “em tempo real” a CMC é mais lenta que a fala, pois a digitação leva mais tempo. Dessa forma, a CMC é uma variedade linguística que, apesar de parecida com a forma escrita, é uma forma única de comunicação.

Dessa forma, o advento da Internet e das novas Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) que propiciaram o surgimento de diversas *variedades lingüísticas* têm sido objeto de estudos de diversos linguistas. David Crystal (2004, p. 6) define, de forma simplificada, uma variedade linguística como “um sistema de expressão linguística cujo uso é guiado por fatores situacionais”¹³. Uma característica marcante, levantada por Crystal, da linguagem usada na Internet é o fato de que a mesma é uma forma de comunicação com características típicas tanto de fala como de escrita.

Nesse sentido, o estudo aprofundado dos gêneros digitais e em especial do e-mail, que é o objeto de estudo em questão nesta pesquisa, torna-se relevante. Em seu estudo sobre e-mails, Dantas (2006) ressalta que o contexto da comunicação mediada pelo computador pode ser visto como um gênero ou como um meio de comunicação que pode veicular vários tipos de gêneros. Assim, muitos gêneros considerados digitais podem ser manifestações diferentes de gêneros pré-existentes. Esses gêneros seriam então “moldados” ou determinados pelas mídias através das quais eles se manifestam.

Algumas analogias entre e-mails e cartas são comumente feitas, como o exemplo de Marchuschi (2004, p. 41):

(...) as mensagens eletrônicas podem partilhar as propriedades da carta tradicional, mas podem partilhar as propriedades do telefonema ou a comunicação face a face. Conseqüentemente, os e-mails transgridem os limites entre as noções tradicionais de comunicação oral e escrita.

Crystal (2004), apesar de reconhecer que analogias entre e-mails e outros meios de comunicação são comuns, tem uma visão que difere do que foi colocado por Marchuschi. De acordo com Crystal, e-mails são estruturalmente e funcionalmente diferentes de cartas ou qualquer outra forma de comunicação. O autor cita diversas diferenças entre cartas e e-mails como, por exemplo, espaços para a inserção de assunto, anexar arquivos e o campo para digitar a mensagem. Cada uma dessas características típicas de e-mails são fatores determinantes para que os mesmos sejam considerados uma forma única de comunicação. Na organização estudada as trocas de e-mails também têm suas características específicas, que podem sinalizar estratégias de polidez específicas do grupo estudado.

¹³ Tradução minha para: A variety of language is a system of linguistic expression whose use is governed by situational factors.

Na presente pesquisa, adotamos a visão de Crystal sobre e-mails, ou seja, as características típicas do e-mails fazem com que o mesmo seja considerado não como um gênero mas como uma forma de comunicação única (um suporte). Esta seção apresentou uma visão global da Teoria da Polidez de Brown e Levinson, os conceitos de enquadre e footing segundo Goffman, a Linguística de Corpus e a taxonomia de Hyland, que serviram como base para esta dissertação. A próxima seção descreve a metodologia utilizada para a análise dos dados neste trabalho.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

Esta seção descreve as várias etapas seguidas para a escolha e análise das mensagens eletrônicas utilizadas neste estudo. Começaremos pela definição da metodologia usada na pesquisa. Passaremos para a descrição das principais características da organização e dos participantes das interações analisadas. Em seguida, descreveremos os diversos passos adotados nas análises qualitativas dos e-mails. Finalmente, será feita uma descrição dos corpora estudados e do programa de software utilizado na presente pesquisa, além de uma descrição passo-a-passo das análises realizadas com alguns dos ferramentais da Linguística de Corpus.

2.1 A metodologia de pesquisa

Segundo Duff (2002), a maior parte da literatura sobre metodologia de pesquisa (Creswell 1994; Gall, Borg e Gall 1996; Neuman 1994 e Palys 1997) fazem referência à pesquisa qualitativa e a quantitativa como duas formas distintas de pesquisa.

A pesquisa quantitativa é constantemente associada a uma abordagem mais positivista, voltada para o empirismo e estatística do que a análise interpretativista (Moita Lopes, 1994). Por outro lado, a pesquisa qualitativa tem um caráter interpretativo dos dados e, nos últimos anos, tem ganhado força por considerar aspectos do processo do uso da linguagem e o universo onde a mesma ocorre. Este universo pode levar em conta o contexto sócio-cultural, a ideologia, relações de poder, história e subjetividade. Duff (2002) afirma que esta visão ainda persiste, mas que há a necessidade de vermos as duas formas de pesquisa como complementares, ao invés de excludentes, como sugerem alguns autores. Tal necessidade tornou-se ainda mais evidente com o advento dos estudos da linguística realizados com o auxílio de ferramentas computacionais, acrescenta a autora. O computador tende a demandar que dados sejam extraídos, quantificados, mas que as interpretações tanto das extrações quanto das comparações numéricas fiquem a cargo do analista. Nesse contexto, o presente estudo adota uma abordagem qualitativa e dados quantitativos.

2.2 O universo da pesquisa: a organização

A organização estudada é uma rede de escolas de ensino de língua inglesa com 77 anos de atuação no Brasil. A empresa tem a **missão** de “oferecer soluções integradas e inovadoras para uma aprendizagem de idiomas de qualidade, valorizando o ser humano em todas essas relações, e orientando-nos pelas seguintes **crenças e valores**: a) Aprendizagem eficaz e prazerosa; b) Ética e transparência; c) Inovação; d) Respeito aos funcionários e estímulo ao seu desenvolvimento; e) Retorno expressivo aos seus acionistas; e f) Responsabilidade social”¹⁴.

A importância da missão para uma empresa, seus funcionários e clientes é definida por Laruccia (2007, p. 2) da seguinte forma:

Uma missão conduz uma empresa a um sentido de comprometimento, tendo uma razão maior para o seu funcionamento — aparte da compensação salarial. A missão também serve para unificar as pessoas em uma companhia, provendo um sentido de identidade, principalmente quando se agregam muitos tipos diferentes de pessoas, em diferentes partes da empresa, do país e do mundo, com trabalhos e cargos diferentes assim como diferentes níveis de instrução e educação.

A instituição orgulha-se do fato de ter clima organizacional¹⁵ favorável ao aprendizado e coloca-se como uma *Learning Organisation*¹⁶ que tem um quadro de funcionários composto de 70% do sexo feminino e um profundo respeito às necessidades da mulher. A empresa foi recentemente avaliada, através de uma pesquisa do Instituto *Great Place to Work*, como a melhor empresa para a mulher trabalhar no país. Segundo a pesquisa divulgada em 2010, referente ao ano de 2009, a instituição teve destaque e está acima da média em todas as dimensões de *Credibilidade, Respeito, Imparcialidade, Orgulho e Camaradagem*. Esses são valores intrínsecos que são cultivados pela organização e de alta percepção pelos funcionários. Nos últimos 3 anos, a instituição orgulha-se de ter figurado na lista das melhores empresas para trabalhar no país das revistas *Você S/A* e *Exame* e é a única da lista que atua no segmento de educação.

¹⁴ Retirado do site da instituição.

¹⁵ Forehand & Gilmer (1964 *apud* Puentes-palácios, 2002, p.1) definem o clima organizacional como um conjunto de características que descrevem a organização e que: a) a distinguem de outras; b) são relativamente duráveis ao longo do tempo e c) influenciam o comportamento das pessoas na organização.

¹⁶ A expressão *learning organization* se popularizou, juntamente com o reconhecimento, por grande parte das organizações, da necessidade de se tornarem **organizações de aprendizagem**. Essa necessidade é decorrente do entendimento de que "se o ambiente de negócios muda mais rapidamente do que o tempo de resposta natural da organização, a aceleração do aprendizado pode tornar-se um meio de os gerentes aumentarem suas habilidades em criar os resultados desejados" (Galer e Van der Heijden, 1992 *apud* Alperstedt, 2001).

2.3 O universo da pesquisa: o corpus e os participantes

Passaremos agora para a descrição do corpus de estudo e dos participantes nas trocas de e-mails analisadas. O corpus de estudo é composto de 2739 mensagens trocadas entre um grupo de 54 gerentes de uma instituição privada de ensino durante os anos de 2008, 2009, 2010 e 2011 conforme o quadro abaixo:

Quantidade total de e-mails	2739
Número total de participantes envolvidos nas trocas	54
Gerentes do sexo masculino	8
Gerentes do sexo feminino	44

Quadro 4 – Características principais do corpus de estudo

Os sujeitos das interações são predominantemente do sexo feminino e todos são originalmente professores que atualmente ocupam cargos de gerentes administrativos/pedagógicos na instituição. O e-mail é o principal veículo de comunicação entre os integrantes do grupo gerencial¹⁷.

2.4 A análise qualitativa do corpus

As relações de poder e hierárquicas entre os participantes podem exercer influência direta nas interações entre os mesmos. Dessa forma, o organograma¹⁸ e os diagramas que apresentaremos nesta seção tornam-se necessários para o início da discussão dos resultados da análise qualitativa, pois os mesmos ilustram as diferentes trocas de e-mails usadas nesse estudo e os níveis hierárquicos dos participantes.

¹⁷ O uso das mensagens para este estudo foi autorizado pela instituição, preservando-se informações confidenciais e as identidades dos participantes.

¹⁸ O organograma da instituição foi simplificado para os fins deste estudo, porém as relações hierárquicas foram mantidas.

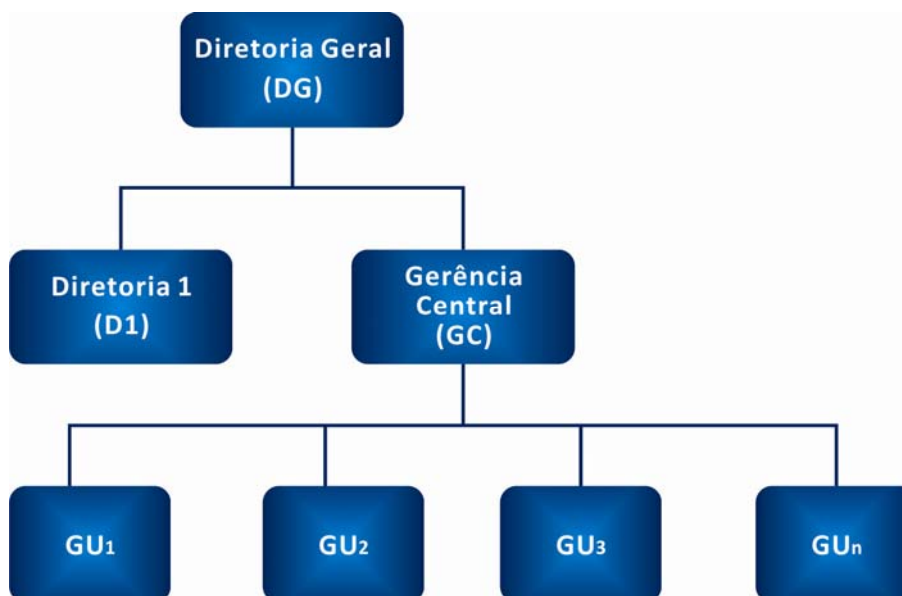


Figura 2 – organograma geral simplificado da instituição alvo

As análises serão baseadas nas temáticas dos e-mails, entretanto o organograma aqui apresentado mostra as relações de poder que podem ter influência direta neste estudo.

As trocas usadas na primeira parte da análise dos dados podem ser divididas em quatro diferentes tipos: a) trocas de e-mails iniciadas por Gerentes de Unidades de negócios (GUs) para seus pares em mesma posição hierárquica, sem a ciência da Gerência Central (GC)¹⁹, que está em posição hierárquica superior; b) trocas de e-mails iniciadas por GUs para seus pares em mesma posição hierárquica, com a ciência da GC; c) trocas de e-mails com a D1 e d) pedidos de informações, ajuda ou comunicados da GC para os GUs. Todas as trocas estão ilustradas nos diagramas que seguem.

As trocas de e-mails iniciadas por GUs para seus pares em mesma posição hierárquica, sem a ciência da GC podem ser vistas no diagrama abaixo (fig.2):

¹⁹ De acordo com o grupo de destinatários selecionado a GC recebe uma cópia do e-mail enviado. Na seção de análise de dados serão especificados os tipos de e-mails analisados.

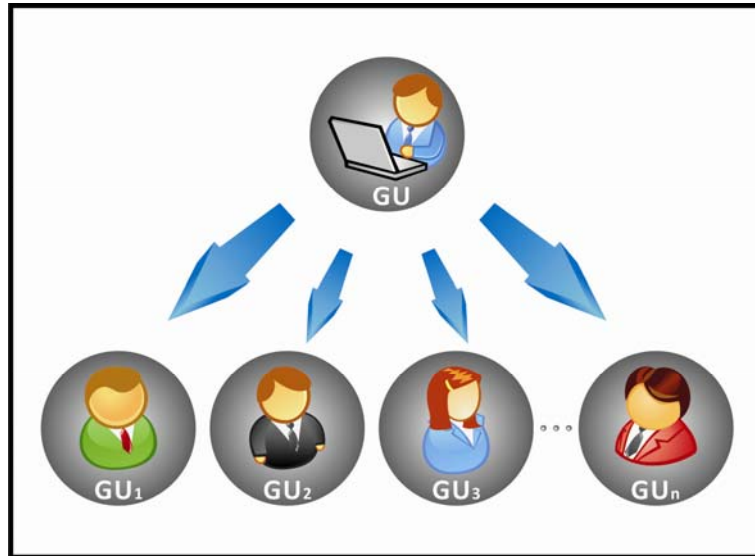


Figura 3: Fluxo de e-mails entre gerentes de unidades (1)

A segunda figura (fig. 4) ilustra as trocas de e-mails iniciadas por GUs para seus pares em mesma posição hierárquica, com a ciência da GC:

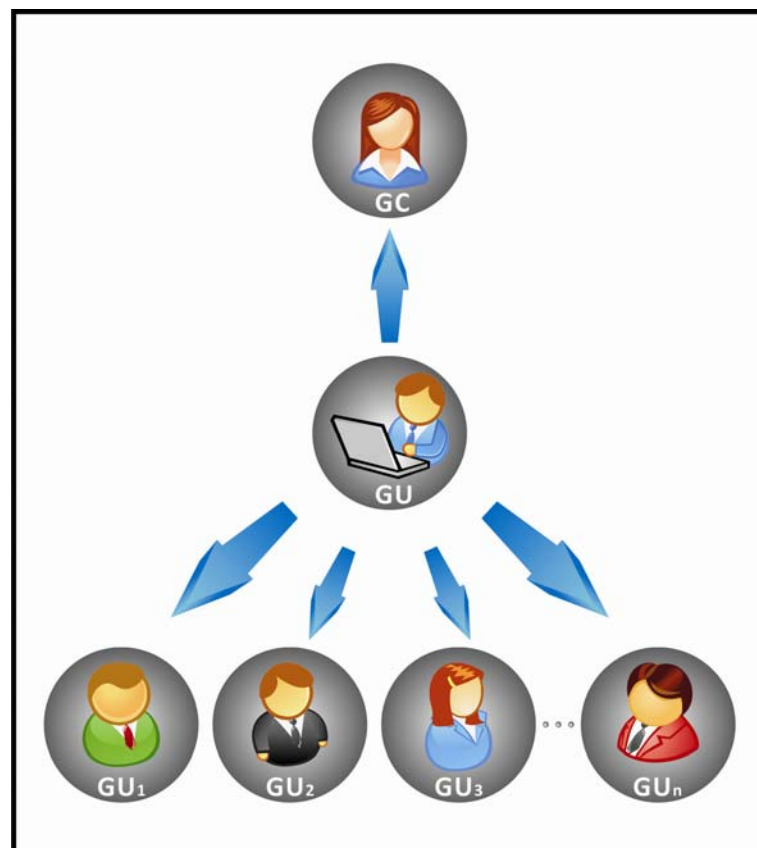


Figura 4: Fluxo de e-mails entre gerentes de unidades (2)

Vale ressaltar que algumas vezes a GC pode receber uma cópia diretamente como um dos destinatários da mensagem. É de conhecimento dos participantes das interações que o sistema de e-mails da instituição está configurado para que toda vez que uma mensagem seja enviada para determinados grupos de GUs (também conhecidos pelos participantes) a GC recebe uma cópia do conteúdo enviado. Neste caso, sendo um dos destinatários diretos ou não, a GC sempre recebe as mensagens direcionadas coletivamente a determinados grupos de GUs. O mesmo diagrama (fig. 3) ilustra os casos em que os GUs enviam e-mails para a GC e os casos em que têm seus pares como destinatários. Os pedidos de informações, comunicados ou pedidos de ajuda da GC para os GUs são ilustrados em um mesmo diagrama (fig. 5)²⁰:

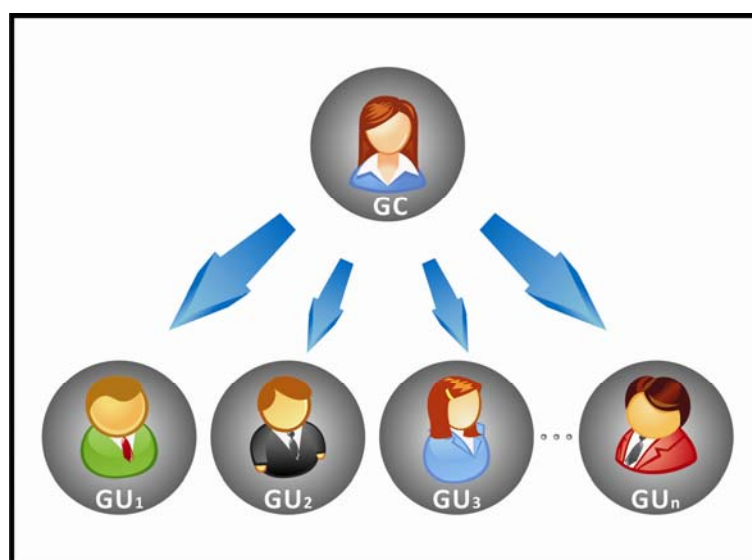


Figura 5- Fluxo de pedidos, etc. da GC ou D1 para GUs

Na análise interpretativista, foram selecionados e-mails que pudessem representar possíveis ameaças à face dos participantes. A escolha foi feita com base na linha de assunto dos e-mails do corpus de estudo, uma vez que a mesma tende a sinalizar para o leitor o propósito comunicativo da mensagem.

A linguagem da linha de assunto tem recebido um grande atenção. Porque é a primeira coisa que o destinatário recebe, juntamente com o nome do remetente, é um elemento crítico na decisão sobre qual a prioridade atribuir ao e-mail ou mesmo se a mensagem deve ser aberta (no caso de alguém que recebe muitos e-mails ao longo do dia). Uma grande quantidade de lixo (*junk-mail*), se não for filtrada automaticamente para que sejam excluídos, pode ser identificada como lixo somente por causa da descrição do assunto. (Crystal, 2004, p. 97)²¹

²⁰ Este Diagrama também ilustra os e-mails enviados pela Diretoria

²¹ Tradução minha de “The language of the subject line, however, has received a great deal of attention. Because it is the first thing that the recipient receives, along with the sender’s name, it is a critical element in the decision-making over what priority to assign to it or whether to open it at all (in the case of someone who receives many e-mails every day). A great deal of junk-mail, if not automatically filtered out, is known to be junk only because of the subject description.”

No exemplo abaixo, o conteúdo do e-mail é claramente antecipado pela linha de assunto:

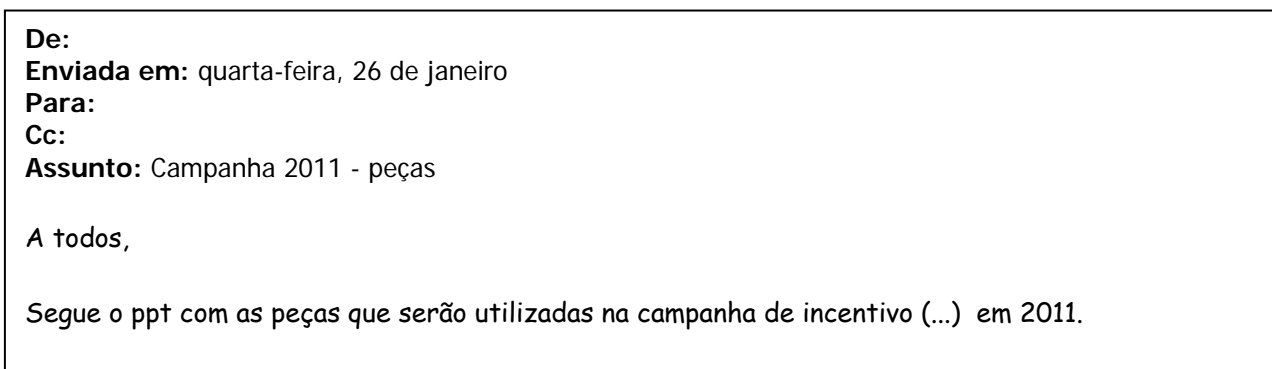


Figura 6: Exemplo de e-mail

A mensagem tem, portanto, o objetivo de informar algo sobre os componentes de uma campanha²² para o ano de 2011. Dessa forma, a seleção inicial das mensagens (usadas na análise dos dados) através da linha *assunto* teve como objetivo identificar possíveis soluções de conflitos, pedidos, reclamações e outros atos ameaçadores de face dos participantes das interações.

Foram selecionadas quatro trocas de e-mails diferentes para esta primeira parte da análise. A primeira interação é iniciada com a expressão de uma preocupação com as vendas por parte de uma GU. A segunda mensagem é um pedido de informação da GC para os GUs. A terceira troca de mensagens, trata-se de uma negociação de data para a realização de uma reunião. A quarta troca acontece entre GUs em mesmo nível hierárquico, sem a GC como destinatário. Cada mensagem é estudada em detalhes na seção de análise desta pesquisa.

²² O campo remetente e o restante do e-mail que não foram usados para manter o anonimato dos participantes e a manutenção de sigilo de informações, respectivamente, levam os destinatários a identificar o tipo de campanha mencionado na linha assunto.

2.5 A análise quantitativa: um estudo baseado em corpus

Esta seção tem o objetivo de descrever os diversos passos da coleta e da análise do corpus usado no presente estudo. Começaremos com a definição do que é um corpus e alguns de seus possíveis usos em Linguística Aplicada. Em seguida, apresentaremos uma breve definição do que é a Linguística de Corpus, uma das áreas de estudo da presente dissertação. Na última parte dessa seção, apresentaremos uma descrição do corpus estudado e do programa de computador usado nesse estudo, assim como uma descrição passo-a-passo das análises feitas.

2.5.1 O que é um corpus eletrônico e seus usos

Diversos autores como Biber et al (1998), Leech (1991), Percy et al. (1996), Sinclair (1991) elaboraram definições sobre Corpus. Hunston (2002, p. 2), por exemplo, define Corpus como uma grande coleção de textos escritos e/ou falados armazenados e acessados eletronicamente. Por outro lado, Sardinha (2004) considera definições como esta inadequadas, pois, de acordo com a definição apresentada, qualquer coletânea de textos poderia ser considerada um corpus, mas um corpus deve ser selecionado e coletado de acordo com critérios linguísticos. O autor apresenta uma definição de Corpus mais abrangente e que usaremos neste estudo:

Um conjunto de dados lingüísticos (pertencentes ao uso oral ou escrito da língua, ou a ambos), sistematizados segundo determinados critérios, suficientemente extensos em amplitude e profundidade, de maneira que sejam representativos da totalidade do uso lingüístico ou de algum de seus âmbitos, dispostos de tal modo que possam ser processados por computador, com a finalidade de propiciar resultados vários e úteis para a descrição e análise. (Sanchez, 1996, pp. 8-9 *apud* Sardinha, 2004).

A abrangência do conceito de Sanchez (1996) é justificada por Sardinha (2000, p. 338) por incorporar diversos pontos relevantes:

- (a) A origem: Os dados devem ser autênticos
- (b) O propósito: O corpus deve ter a finalidade de ser um objeto de estudo lingüístico
- (c) A composição: O conteúdo do corpus deve ser criteriosamente escolhido
- (d) A formatação: Os dados do corpus devem ser legíveis por computador
- (e) A representatividade: O corpus deve ser representativo de uma língua ou variedade
- (f) A extensão: O corpus deve ser vasto para ser representativo

Desta forma, corpora fornecem uma forma de análise da linguagem que é de crescente importância tanto no meio acadêmico quanto no profissional. É verdade que um corpus é selecionado com determinado propósito linguístico e é exatamente esse propósito que determina os tipos de textos que serão armazenados e analisados. O fato de um corpus ser armazenado eletronicamente permite que o estudo de quaisquer dados sejam feitos de forma não-linear, assim como análises quantitativas, qualitativas, ou ambas (cf. HUNSTON, 2002). Entretanto, Hunston ressalta²³:

Um corpus sozinho não pode fazer nada, é apenas uma coleção de dados linguísticos. Os softwares de computador, entretanto, podem ter acesso aos dados e reorganizá-los de forma a permitir que várias observações sejam feitas (HUNSTON, op. cit. p. 3).

No campo da pedagogia, considera-se que o uso de corpora eletrônico pode ter revolucionado a escrita de dicionários, livros didáticos e gramáticas para aprendizes de língua inglesa. Dicionários, livros didáticos e gramáticas escritos com a ajuda de corpora podem apresentar importantes informações sobre a frequência relativa de palavras como por exemplo a frequência do uso de uma palavra e a prevalência de determinado uso sobre outro.

No Brasil, A Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) mantém O Banco de Português que é um corpus monitor do português do Brasil, o banco é aberto e, por esse motivo, seu conteúdo está em constante atualização e renovação. Em 2003, o banco possuía 240 milhões de palavras (*tokens*).

Um corpus pode ser usado na sua forma “crua”, ou seja, sem anotação, ou pode ser anotado de acordo com categorias diversas, por exemplo, partes do discurso (POS tagging). Um corpus anotado com partes do discurso pode revelar informações importantes sobre a frequência ou classes das palavras, por exemplo, substantivos ou verbos.

Sejam corpora eletrônicos anotados ou não, corpora são analisados por meio de programas de computadores²⁴ que podem organizar, reorganizar, apagar, contar e listar itens em ordem alfabética ou em qualquer outra ordem que seja relevante para a pesquisa.

Os programas usados nas extrações de dados na Linguística de Corpus possuem três funções principais: fornecer a frequência das palavras, expressões e unidades do discurso; organizar as palavras individuais em linhas de concordância e, a partir das linhas de

²³ Tradução minha de: A corpus by itself can do nothing at all, being nothing other than a store of used language. Corpus access software, however, can re-arrange that store so that observations of various kinds can be made.

²⁴ O programa usado neste estudo é o *Wordsmith tools*, que será discutido na seção ---

concordância, provém os colocados que são as palavras que aparecem junto às palavras principais de busca.

Em relação à frequência, as palavras podem ser organizadas e reorganizadas de acordo com o número de vezes que elas aparecem em um corpus. Uma análise baseada na frequência pode ser reveladora principalmente quando comparamos dois ou mais corpora, uma vez que as diferenças em termos da frequência das palavras em cada corpus pode ser observada em termos relacionais. A frequência também pode ser esclarecedora quando dividimos o número total de vezes que uma palavra aparece em determinado texto (*tokens*) pelo número total de palavras diferentes do texto (*types*). A proporção obtida é geralmente chamada de “densidade lexical” de um texto. Uma densidade lexical alta indica que o texto tem um grande número de palavras diferentes em relação ao número total de palavras daquele texto.

No corpus estudado, a relação *types/tokens* (forma/item) calculada pelo programa Wordsmith tools é de 1,86. Isto quer dizer que apenas 1,9 % das palavras do corpus ocorrem apenas uma vez e que 98,1% das palavras repete-se pelo menos mais de uma vez. Assim, a densidade lexical do texto é baixa e indica que o grupo tende a usar as mesmas palavras nas trocas analisadas.

Outra forma principal de analisar palavras em um texto é através das chamadas “colocações”, que são a tendência que as palavras têm de co-ocorrerem. Partington (1998, p. 16-7 *apud* Sardinha 2000, p. 360) apresenta três definições de colocação:

- (1) Textual: ‘Colocação é a ocorrência de duas ou mais palavras distantes um pequeno espaço de texto umas das outras’ (Sinclair, 1991, p. 170)
- (2) Psicológica: ‘O sentido colocacional consiste das associações que uma palavra faz por conta dos sentidos das outras palavras que tendem a ocorrer no seu ambiente’ (Leech, 1974, p. 20)
- (3) Estatística: ‘Colocação tem sido o nome dado à relação que um item lexical tem com itens que aparecem com probabilidade significativa no seu contexto (textual)’ (Hoey, 1991, pp. 6-7)

A lista de colocados de uma palavra pode ser apresentada através de linhas de concordância, que podem ilustrar os padrões que uma determinada palavra cria em um texto:

The screenshot shows the Wordsmith Concordance interface. The title bar reads "C Concord - [ACHO: 743 entries (sort: 5L,5L)]". The menu bar includes "File", "View", "Settings", "Window", and "Help". The toolbar contains various icons for file operations and editing. The main window displays a table of concordances for the word "acho".

N	Concordance	Set	Tag	Word No.	File	%
1	o menos 1 hora para chegar aí. Acho T/Q complicado pois as			129	14_~1.txt	46
2	1 mês pra arrecadar bem... Acho que não precisa ir todos			56	310~1.txt	7
3	11:00, 12:30 já terá terminado. Acho que dá tempo, não? Pod			375	94_~1.txt	47
4	o e na 1ª semana de aula... 2ª Acho que poderíamos passar s			56	18_~1.txt	13
5	ste 3 Centro Norte 7 Oeste (acho que isso é o total não é?			135	228~1.txt	65
6	UE 50% das escolas vão adiar. Acho que faremos o mesmo, s			27	231~1.txt	45
7	mos na 5a ou 6a próxima, mas acho que vamos ter de aguard			559	722~1.txt	91
8	de 6m2 o que daria R\$2640,00. Acho razoável. , você va			174	318~1.txt	35
9	ovimentação foi muito positiva. Acho q podemos cobrar R\$ 25,			120	310~1.txt	15
10	o que a lista seja mais básica acho que vai ser melhor. PA			118	56_~1.txt	38
11	m a mesma fonte de consulta? Acho que vamos fazer algo be			301	921~1.txt	24
12	uimos achar a uma data ideal (acho que isso não existe mes			139	7_1~1.txt	59
13	inuarei a enviar os detalhes. Eu acho que vc não gostar do piso			65	224~1.txt	35
14	Segue a ata de nossa reunião. Acho que foi só isso. Estou a			25	9_1~1.txt	35
15	E a nossa reunião, hein? Eu acho que seria elegante (como			441	821~1.txt	75
16	quanto a podem qq dia, acho que podemos combinar co			42	26_~1.txt	10
17	E a nossa reunião, hein? Eu acho que seria elegante (como			572	621~1.txt	80
18	e, A enviou a arte. Acho que ficou legal, né?			78	513~1.txt	56
19	m a mesma fonte de consulta? Acho que vamos fazer algo be			346	821~1.txt	26
20	as e achei difícil achar um livro. Acho que a bibliografia sobre o			110	920~1.txt	51
21	estariamos juntos. Realmente acho que não conseguiremos e			340	812~1.txt	25
22	em bacana sua apresentação. Acho que é o que temos feito (170	117~1.txt	55
23	----- Acho que a representante era			25	711~1.txt	10
24	----- Acho que eu estou piradinha....			24	58_~1.txt	10
25	----- Acho que a reunião com Magal			20	21_~1.txt	26
26	----- Acho cheu. Vou mandar pro CD			25	513~1.txt	14

Figura 7: Tela do Wordsmith mostrando a lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra *acho*.

Um comentário breve sobre o item 'acho' em termos de colocados. 'Acho' é usado 743 vezes no corpus de estudo. Em termos de discurso, ele tende a ser usado como 'hedge', isto é, um item que tem a função de atenuar aquilo que é dito, e que nos e-mails estudados é invariavelmente usado com o colocado 'que', formando o bigrama 'acho que'.

Discursivamente, "acho que" atenua o que vem depois, abrindo a possibilidade de discordância por parte do interlocutor. Além disso, como se pode ver no quadro de concordâncias acima, 'acho que' nos exemplos 3 e 18 também tem o colocado *não* e *né?*, o que lhe dá mais força como atenuador.

Outro exemplo de como a lista de concordâncias nos ajuda a ver determinadas características discursivas, no caso, um atenuador usado nas mensagens do corpus de estudo, como os colocados *não é?*, conforme a lista abaixo:

N	Concordance	Set	Tag	Word No.	File	%
1	egulares no dia 15 já estarão de férias, não é? Beijos De: Gerent			46 727~1.txt		19
2	r. Afinal quem ainda não errou um dia, não é? Mil beijos com carinho.			137 28_~1.txt		82
3	s precisamos, aí eles vão ver... Bom, não é? Beijos Gerent			74 413~1.txt		44
4	Muito bom ver o esforço compensado, não é? Afinal, o trabalho não é pouco.			41 717~1.txt		41
5	, Muito bom. Acho que agora via, não é? ficou de falar com o			27 319~1.txt		22
6	curam no dia em que as aulas iniciam, não é? Então, esperamos MUITAS ma			86 _1_~1.txt		63
7	m que visse isso do jeito que está, não é? beijinhos De:			34 328~1.txt		17
8	----- Não é, menino? Agora tem que contin			20 425~1.txt		12
9	ço. Os alunos devem estar adorando, não é? Parabéns e muito sucesso p			59 18_~1.txt		63
10	tamos vivendo por aqui por conta disto, não é? bjs Gerente			30 724~1.txt		37
11	orte 7 Oeste (acho que isso é o total não é?) 3 Já fechei e m			141 228~1.txt		66
12	eal (acho que isso não existe mesmo, não é?) Beijinhos DIA			145 7_1~1.txt		61
13	utra filial. O que vc acha? Creio que não é a data ideal. Bj!			202 417~1.txt		59
14	uma resposta negativa de forma gentil, não é? Bjs ME De: Geren			30 010~1.txt		8
15	iente, show, vale dizer isso novamente, não é? Parabéns!!! Você é fantástic			291 221~1.txt		74
16	, teremos um rosário de reclamações, não é? Vou levar o assunto à ele nov			222 811~1.txt		47
17	udo bem? Ainda de férias, não é? Estive na sua filial na última te			23 18_~1.txt		40

Figura 8: Tela do WordSmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para o bigrama ‘não é?’

As linhas de concordância nos permitem observar que há alguns exemplos dessa busca por alinhamento no discurso, que podem ser observados nas linhas 12 e 16. Na linha 12, o enunciador emite uma opinião sobre determinado assunto e busca a aprovação do enunciatário. No segundo exemplo (linha 16), há uma previsão de possíveis problemas e a busca de alinhamento do enunciatário através do colocado ‘não é?’. Uma análise do co-texto²⁵ da lista de concordância acima revela um ato ameaçador de face negativa do enunciador. Neste caso, a enunciação é seguida de uma promessa “vou levar o assunto a ele” que é, segundo Daher (2005 *apud* Ferreira, 2009, p. 6): “Atos que ameaçam a face negativa do falante (aceitar uma oferta, **fazer promessas** – já que o comprometem a realizar ações que demandarão tempo e energia, etc.)” (grifo nosso).

Quando os padrões tendem a ocorrer com uma certa frequência em um gênero ou registro, isto pode indicar a **fraseologia** daquele gênero ou registro. Assim, a fraseologia consiste de típicas sequências de palavras repetidas frequentemente em um registro ou gênero. Isto pode ser observado através de linhas de concordância que, por outro lado, permitem que o

²⁵ Co-texto é a relação entre itens lexicais no contexto do texto (Halliday e Hasan, 1976 *apud* Vereza, 2000).

observador veja claramente regularidades que dificilmente poderiam ser observadas sem o uso das ferramentas da Linguística de Corpus.

A literatura sobre corpora faz uso de alguns outros termos técnicos específicos e que requerem atenção especial como *lema* (ou *lexema*), *types*, *tokens*, *n-gramas* e *hapax legomena*. Por exemplo, “enviei” e “enviou” são duas formações de palavras que pertencem ao mesmo *lema*, “enviar”, porque formações de palavras são geralmente consideradas pertencentes ao mesmo *lema* somente se elas pertencerem à mesma classe de palavras. Dessa forma, o lema enviar inclui todas as outras conjugações do verbo: enviastes, enviamos, enviarei, etc.

Tokens and *types*, discutidos acima, são usados respectivamente, para referência a todas as palavras de um texto, assim como somente às palavras diferentes e eles são importantes para estabelecer a densidade lexical de um texto.

Os *N-gramas* são frequentes combinações de duas ou mais palavras. Em termos de *n-gramas*, esta dissertação estudará mais adiante os quadrigramas – sequências de 4 itens padronizados, que ocorrem com frequência no corpus e que têm uma mesma função.

Tendo discutido o que é um corpus eletrônico e os principais itens analíticos que podem ser obtidos através do estudo de um corpus com ferramentas computacionais, a próxima seção terá o foco no campo da Linguística que usa corpora eletrônicos como “matéria prima” para estudos linguísticos: a Linguística de Corpus.

2.5.2 O corpus de estudo

Esta seção descreve as principais características do corpus de estudo usado na presente pesquisa, a fonte dos dados e a forma de coleta de dados utilizada.

O corpus de estudo é constituído de 2739 e-mails trocados entre um grupo de 43 gerentes de uma instituição privada de ensino de língua inglesa. Estas mensagens totalizaram um número de 820.905 *tokens* (ver definição de *tokens* seção 3.3.1). O tamanho do corpus de estudo pode ser classificado como médio de acordo com Sardinha (1999)²⁶.

Os e-mails do corpus de estudo foram extraídos da caixa de entrada de mensagens do programa *Outlook Express* com o uso do programa *Total Outlook Converter*²⁷ que extrai os e-

²⁶ Sardinha (1999) os divide entre pequenos (até 80.000 palavras), pequeno-médio (de 80 à 250 mil), médio (de 250 mil a um milhão), médio grande (de 1 à 10 milhões) e grande (mais de 10 milhões de palavras).

²⁷ Disponível em: <http://www.coolutils.com/totaloutlookconverter>.

mails e os converte automaticamente para um arquivo de texto que é lido pelo Wordsmith tools (extensão *.txt*).

2.5.3 O passo-a-passo da análise

A análise quantitativa do presente estudo foi conduzida usando a LC como metodologia, para inspeção detalhada dos dados do corpus usando ferramentas computacionais.

Na primeira parte da análise quantitativa, foram extraídas listas de palavras que geralmente são usadas como saudações ou fechos em e-mails. Algumas dessas palavras incluem saudações e fechos típicos das trocas de e-mails do grupo estudado e que foram selecionadas após uma breve análise manual das mensagens do corpus de estudo com o objetivo de verificar a frequência de cada saudação no corpus e para contrastá-las com uma pesquisa sobre a percepção de uso de determinados fechos e saudações feita com o grupo estudado (ver seção 3.3.5).

O segundo passo da análise, foi a extração de quadrigamas para a análise da fraseologia usada pelo grupo de acordo com as categorias de Hyland e a polidez positiva definida por Brown e Levinson (ver revisão da literatura).

O software utilizado na extração das listas de palavras e dos quadrigamas analisados nesta pesquisa foi o *Wordsmith Tools* v. 3 (Scott, 1998). A principal função deste programa é analisar como as palavras ou grupo de palavras se comportam em um texto específico e é, por este motivo, uma ferramenta tão importante para aqueles interessados em comparar amostras de linguagem.

2.6 Tipos de pesquisas em Linguística de Corpus

Existem duas formas possíveis a partir das quais pode-se conduzir pesquisas sob a perspectiva da Linguística de Corpus, ou seja, uma forma que recorre ao corpus como fonte de dados (corpus-based) e outra que é dirigida pelo próprio corpus (corpus-driven). Tognini-Bonelli (2001 *apud* Sardinha, 2002, p.2) foi a primeira estudiosa a destacar a diferença entre a investigação baseada em corpus e a dirigida pelo corpus. A investigação baseada em corpus começa a partir de categorias teóricas, que são aplicadas a um corpus de estudo. Um estudo impulsionado pelo corpus, por outro lado, visa encontrar os aspectos da linguagem com base na análise de corpora pré-selecionados. Portanto, quaisquer que sejam as declarações feitas sobre a linguagem, eles são produto do corpus. Uma investigação dirigida pelo corpus geralmente procede de maneira indutiva, extraindo elementos do corpus e os padrões observáveis que expressem regularidades nos dados.

O presente estudo é um exemplo típico de pesquisa dirigida pelo corpus, pois procura-se realizar uma investigação de um corpora eletrônico, a fim de extrair e analisar possíveis padrões lexicais nas trocas de e-mails entre um grupo de gerentes em uma instituição de ensino.

2.6.1 Os padrões linguísticos

Dentro da investigação dirigida pelo corpus, padrões extraídos de um corpus podem exibir uma série de formatos. Pode-se extrair uma palavra específica e seus colocados²⁸, ou pode-se extrair agrupamentos de palavras. Estes últimos têm sido chamados "clusters" (Scott, 1997), grupos lexicais (Biber et al., 1999) ou n-gramas (Hyland, 2008).

Os agrupamentos de palavras foram definidos por Scott (1998) como "grupos de palavras que se seguem uns aos outros em um texto". Estes agrupamentos (n-gramas) podem consistir em combinações frequentes de duas ou mais palavras. O estudo de clusters tem muitas vantagens sobre o estudo de palavras isoladas. Ele pode ser revelador em questões sobre o ensino e a aprendizagem de uma língua, ajudar escritores a compreender de forma mais abrangente o estilo apropriado para os diferentes tipos de textos, e ajudar escritores aprendizes a desenvolver um amplo repertório mais expressivo (Scott & Tribble, 2006, p. 132). O estudo de *clusters* também pode revelar como se comportam padrões lexicais, formas

²⁸ Colocados são palavras que ocorrem ao redor do nóculo ou da palavra de busca, em posições relativas (primeira a esquerda ou primeira a direita) Sardinha (2004, p. 8).

que nem sempre são claramente descritas pela gramática tradicional. Em termos de sua utilidade para a pesquisa linguística, Hyland (2008) afirma que os *clusters* são um importante componente da produção linguística e um fator chave para a aprendizagem bem sucedida de uma língua. Como Sinclair (1991, p. 108)²⁹ explica:

A grande maioria dos textos é constituída da ocorrência de palavras comuns em padrões comuns, ou de ligeiras variantes dos padrões comuns. A maioria das palavras usadas no dia-a-dia não têm um significado independente, ou significados, mas são componentes de um rico repertório de padrões multi-lexicais que formam um texto. Isso é totalmente obscurecido pelos procedimentos da gramática convencional.

A forma como as palavras se juntam tem sido discutida por Nattinger e DeCarrico (1992), bem como por Biber et al. (1998), Hyland (2008), Scott (1997), a partir do ponto de vista da Linguística de Corpus, entre muitos outros.

As palavras podem agrupar-se em feixes de dois, três, quatro e, mais raramente, de cinco palavras ou mais. Considerando que, em certos casos, esses conjuntos são perfeitas unidades linguísticas, em geral, eles tendem a serem associações de palavras que não são colocações perfeitas ou sintagmas perfeitos. No corpus de estudo, os sintagmas mais comuns de três palavras, por exemplo, são *em sua responsabilidade* e *pense em sua*. Estes agrupamentos são parte de uma frase padrão que é adicionada automaticamente aos e-mails institucionais da maioria dos gerentes da instituição.

Scott e Tribble (2006) observam que, à primeira vista, os grupos de 3 palavras (trigramas) e os grupos de 4 palavras (quadrigramas) parecem ser bastante semelhantes. No entanto, o último pode ser considerada como tendo maior valor pedagógico³⁰:

Três palavras podem ser consideradas como uma espécie de associação colocacional estendida, e são, portanto, extremamente comuns. Feixes compostos de quatro, cinco e seis palavras são mais frasais por natureza e também menos comuns. (Biber et al. 2000, p. 992 *apud* Scott e Tribble, 2006, p.141).

A posição de Scott parece coincidir com a de Hyland. O segundo autor (Hyland, 2008, p. 8) acredita que os feixes constituídos por 4 palavras são mais freqüentes do que os feixes de 5 palavras e, ao mesmo tempo, dão uma visão mais clara das estruturas e funções do que os clusters de 3 palavras.

²⁹ Tradução minha para: By far the majority of text is made of the occurrence of common words in common patterns, or in slight variants of those common patterns. Most everyday words do not have an independent meaning, or meanings, but are components of a rich repertoire of multi-word patterns that make up a text. This is totally obscured by the procedures of conventional grammar.

³⁰ Tradução minha para: Three-word can be considered as a kind of extended collocational association, and are thus extremely common. Four-word, five-word and six-word bundles are more phrasal in nature and correspondingly less common.

O presente estudo optou por extrair feixes compostos de quatro palavras. A presente dissertação usará o termo quadrigrama para descrever essas associações de quatro palavras. O fato de *quadrigramas* apontarem para a natureza frasal de qualquer grupo de textos é particularmente útil para o presente trabalho, que pretende não discutir o que está sendo falado nas trocas de e-mails, mas *como* os participantes interagem nas discussões.

A análise será feita através das categorias estabelecidas por Hyland (2008), que foram discutidas no capítulo 2, mas focará mais especificamente nas categorias que se referem aos participantes porque são elas que darão uma dimensão das estratégias de polidez e proteção de face usadas pelos interactantes do corpus de estudo.

2.7 Crenças sobre uso de saudações e fechos em e-mails

Até este momento foram usados os dados das trocas de e-mails do grupo estudado. Entretanto, não temos parâmetros externos, ou seja, “um olhar de fora”, sobre o uso de fechos e saudações em e-mails em ambiente corporativo.

Sendo assim, foi realizada uma pesquisa com os participantes do grupo estudado a fim de verificar a percepção dos mesmos sobre o uso de alguns tipos de saudações e fechos. Um questionário³¹ com 5 perguntas foi enviado eletronicamente para 54 integrantes do grupo de gerentes da instituição alvo. O questionário consistiu de duas perguntas sobre a frequência do uso de determinadas saudações, duas perguntas sobre a frequência do uso de fechos em e-mails institucionais, e uma quinta pergunta sobre a faixa etária dos participantes. O questionário foi enviado eletronicamente através do site de pesquisas *Survey Monkey*³² e as saudações e fechos usados no mesmo foram baseados nas listas de saudações/fechos extraídas do corpus de estudo (ver seção 3.3.4) e em saudações/fechos encontrados em manuais de redação ou sites especializados no assunto na Internet. O questionário foi respondido por 39 gerentes do total de 54 destinatários que receberam o mesmo.

A mesma pesquisa sobre a percepção de uso saudações e fechos em e-mails foi feita com 38 alunos de um curso de MBA (*Master in Business Communication*) de um curso de Gestão de Negócios, com o objetivo de contrastar a percepção dos gerentes da instituição alvo e a de funcionários de outras instituições. O questionário foi respondido por 22 pessoas e os resultados serão apresentados na próxima seção e no anexo C.

³¹ O questionário completo pode ser encontrado no Anexo C.

³² www.surveymonkey.com

Esta seção discutiu algumas das questões envolvidas na pesquisa qualitativa e no trabalho de corpus, ou seja, definições do que é um corpus e o que pode ser feito com ele e porque a LC foi escolhida como a metodologia para a análise quantitativa do presente trabalho. Além disso, descrevemos os critérios e os passos da pesquisa realizada para verificar a percepção de uso de saudações e fechos de e-mails com gerentes da instituição alvo e funcionários de outras empresas. A análise dos dados propriamente dita será realizada na seção seguinte.

3. ANÁLISE DOS DADOS

Passaremos agora para a primeira parte da análise na qual estudaremos casos em que as trocas de e-mails têm o objetivo de pedir ou fornecer informações/ajuda ou solucionar conflitos.

3.1 Análise qualitativa das trocas de e-mails

Troca de e-mails (1)

Os e-mails abaixo estão organizados na mesma ordem em que foram enviados, ou seja, a primeira mensagem iniciou todas as respostas ou a ‘corrente’ de e-mails que seguem. A troca de e-mails de número 1 aconteceu quando os GUs e a GC esperam uma procura grande de novos alunos e, conseqüentemente, um aumento no volume de “vendas” de cursos. Esta é uma troca de e-mails na qual a primeira e a segunda mensagem seguem o padrão de GU para seus pares em mesma posição hierárquica, com a ciência da GC:

- 1) **De:** GU¹³³
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: Movimento

Olá a todos!

Como vão as coisas por aí em termos de iniciantes? Estou com a seguinte situação:

1 turma de CA com 10 alunos, 3 dos quais vieram do IH
 2 turmas de CB com 9 alunos (total!)
 não abri CD
 2 turmas de CJ com zero aluno numa e 3 alunos em outra
 PR e KR - os novos entram nas turmas existentes - mas só 1 alunos novo no PR

Estou ficando em pânico!

- 2) **De:** GU²
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: RES: Movimento

Oi xxx,

Se você ficar em panico nem sei como fico....

³³ A maioria do grupo é constituída por gerentes do sexo feminino. Sendo assim, usaremos o termo **a** GU, independente se o GU é do sexo feminino ou masculino.

O meu quadro é o seguinte e PIOR do que o seu!!!

CA- 1 turma com 2 alunos

CB - 1 turma com um aluno prospect (quer assistir a primeira aula p/ depois se matricular!)

CD -2 alunos, sendo um realocado por reprovação !!!

CE - 1 aluno da xxx (...) - Já adiei o inicio das turmas para meados de Agosto...

Mas de um modo geral, o movimento de captação não está ruim nos demais níveis...

Tenho MUITA FÉ na próxima semana!!!

Beijos & BOA SORTE para todos nós!!!

3) De: GC

Enviada em:

Para: Grupo Gerentes (...)

Assunto: RES: Movimento

Queridíssimos,

Como de costume, estamos monitorando os números de perto e a situação atual parece ser muito similar ao de anos anteriores. Nessas duas últimas semanas, o movimento foi abaixo do desejado, com certeza. Afinal, estamos em busca da superação. Entretanto, a cidade está vazia já que esse período coincide com as férias escolares. Só para ilustrar a garagem do prédio (...) estava vazia e o trânsito na cidade bem mais tranquilo. Percorri vários bairros da cidade (...) e não tive problema algum com o trânsito.

Estou acreditando que o movimento da próxima semana será bem maior e nos colocará numa situação um pouco mais tranquilizadora (assim como a GU2 disse, tenho fé nisso!).

Vale lembrar que já estamos com 87% da nossa meta atingida contra 85,7% do ano anterior. Nosso número de captação de novos novos está acima, mesmo com alguns problemas pontuais.

Como sempre, estou confiante e otimista!

Um excelente final de semana e um agosto de muitas matrículas novas, recuperadas e renovações também.

bjão,

xxx

Podemos perceber que no primeiro e-mail a GU₁ ao dizer “*Como vão as coisas por aí em termos de iniciantes?*” demanda uma informação sobre um problema específico que a aflige naquele momento: “*Estou ficando em pânico!*”. No e-mail 1, a GU₁ ainda fornece uma série de dados que justificam sua **situação** sinalizada como de preocupação. O cenário colocado pela GU₁ gera uma reação do restante do grupo, pois segundo Gerot & Wignell (1994, p. 22)³⁴:

³⁴Tradução minha para: If a speaker gives you some information, (...), he or she is inherently inviting you to receive that information. If as speaker he or she offers some goods (offers you a chocolate, for example), or some service (offers to type up and distribute class lists), the speaker is inherently inviting you to receive those goods or services. Or if he or she demands

Se um falante dá alguma informação a alguém, (...), ele ou ela está inerentemente convidando o interlocutor a receber essa informação. Se como locutor ele ou ela oferece alguns produtos (oferece um chocolate, por exemplo), ou algum serviço (ofertas para digitar e distribuir listas de classe), o locutor está inerentemente convidando o interlocutor a receber os produtos ou serviços ofertados. Ou se ele ou ela exige informações sobre você, inerentemente você está convidado a dar essa informação. E se ele ou ela solicita alguns produtos ou serviços de você (ooh, coça minhas costas aqui, por favor"), você é assim convidado a prestar esse serviço ou fornecer produtos solicitados.

A resposta ao primeiro e-mail é dada pela GU2. Logo no início da mensagem, após a saudação inicial, a GU2 estabelece o mesmo enquadre de preocupação que a GU1.

O *footing* estabelecido é explicitado quando a GU2 diz: “*Se você ficar em pânico código nem sei como fico... .*”. Dessa forma, a GU2 se identifica com o problema colocado pela GU1, estabelece o mesmo *footing* ou alinhamento, e descreve que está passando por uma situação similar à relatada pelo colega.

Entretanto, ao final do texto, a GU2 muda o *enquadre* de medo ou preocupação através de uma mensagem de otimismo e uma mudança de código que, de acordo com Goffman (1998, p. 73 *apud* Paiva e Rodrigues 2007, p. 10), podem ser marcadas por: “discurso direto ou indireto; seleção do interlocutor; interjeições; repetições; franqueza pessoal ou envolvimento; informação nova ou velha; **ênfase**; separação de tópico do sujeito; tipo de discurso (ex.: palestra e discussão)”. No caso em tela, as marcas da mudança de enquadre, consequentemente de *footing*, podem ser percebidas pelo uso de letras maiúsculas e interjeições no final texto da GU2 :

Tenho MUITA FÉ na próxima semana!!!.

As saudações finais seguem o mesmo padrão do final do texto e ratificam o *footing* estabelecido:

Beijos & BOA SORTE para todos nós!!!

As letras maiúsculas podem funcionar nas interações por e-mails para correção de algo que foi dito anteriormente ou, como no exemplo anterior, para angariar atenção para algo que foi dito. Através do uso dessas marcas discursivas, o G2 estabelece um *footing* de animação e esperança pelo uso das palavras *fé* e *sorte*. Como já visto no capítulo 2, Goffman (1998, p. 75) explica que uma mudança de *footing* implica uma mudança no alinhamento que assumimos para nós mesmos e para os outros presentes e isto expressa a forma em que conduzimos a

information of you, inherently you are invited to give that information. And if he or she demands some goods or services of you ('ooh, scratch my back just here, please'), you are thereby invited to render that service or provide the goods.

produção ou a recepção de uma elocução. Uma mudança em nosso *footing* é outra forma de falar de uma mudança em nosso *enquadre* dos eventos. O enquadre inicial estabelecido entre as duas primeiras trocas de e-mails está claramente marcado pelo alinhamento dos participantes na divisão de suas preocupações com o ritmo das vendas.

O novo enquadre de otimismo, estabelecido pelos participantes pode ser percebido pelo uso da palavra *fé*, que segundo o dicionário Aurélio, significa *crença, confiança*, também pode ser uma marca relevante do discurso da GU2 e do grupo estudado, uma vez que *fé* não é comumente associada à realização de matrículas em uma escola, assim como a palavra *sorte* que, segundo o mesmo dicionário, significa uma força que determina ou regula tudo quanto ocorre, e que se atribui ao *acaso*.

A terceira mensagem é uma intervenção da GC e, ao mesmo, tempo uma resposta aos e-mails das GU1 e GU2. Neste caso, assim como nas trocas anteriores, todos os outros GUs, além das GU1 e GU2, recebem a mensagem enviada pela GC.

A saudação inicial da GC com a palavra *queridíssimos* (grifo nosso) estabelece uma mudança no enquadre de preocupação e pode ter o objetivo de tranquilizar o grupo.

Toda a primeira parte da mensagem mostra o uso de diversos marcadores que remetem a experiências anteriores e exemplos concretos que têm por objetivo (a) acalmar o grupo e/ou (b) refletir sobre as possíveis causas da diminuição nas vendas:

Como de costume, estamos monitorando os números de perto e a situação atual parece ser muito similar ao de anos anteriores. Nessas duas últimas semanas, o movimento foi abaixo do desejado, com certeza. Afinal, estamos em busca da superação. Entretanto, a cidade está vazia já que esse período coincide com as férias escolares. Só para ilustrar a garagem do prédio da AC estava vazia e o trânsito na cidade bem mais tranquilo. Percorri vários bairros da cidade (xxx, xxx, xxx, xxx, xxx, xxx e xxx) e não tive problema algum com o trânsito.

As experiências anteriores estão marcadas pelas escolhas léxico-gramaticais “como de costume” e “a situação atual parece ser muito similar a de anos anteriores”. Os exemplos concretos “a cidade está vazia” e “a garagem do prédio da AC (Administração Central) estava vazia” fornecem ilustração aos fatos relatados anteriormente.

O uso de fatos concretos e comparações positivas com dados do passado podem ser observados em outra parte da mensagem:

Vale lembrar que já estamos com 87% da nossa meta atingida contra 85,7% do ano anterior.

O enunciado “*Estou acreditando* que o movimento da próxima semana será bem maior (..)” (grifo nosso) mostra uma forma metafórica ou não-congruente (Halliday, 1985)³⁵ de expressar sua avaliação sobre o que os outros interactantes disseram anteriormente. A forma congruente de fazer a avaliação dos fatos seria: o movimento na próxima semana será bem maior. O trecho “assim como a GU2 disse, tenho fé nisso!” é um exemplo de encaixamento, ou seja, o animador do discurso pode encaixar em seu texto algo que ele mesmo disse ou que outra pessoa disse sobre o assunto em questão (Paiva e Rodrigues, 2007). Neste texto, o encaixamento tem a função de exemplificar e fornecer subsídios adicionais à mensagem de otimismo da GC. O otimismo, que é uma das realizações de polidez positiva segundo Grundy (2000), é ratificado na passagem: “Como sempre, *estou confiante e otimista!*”.

É importante observar que *o uso de estatísticas, a referência a fatos do passado* e a mensagem que *encerra* o e-mail “um excelente final de semana e um agosto de muitas matrículas novas, recuperadas e renovações também”, podem ser lidos como *pistas de contextualização* (ver seção 2.2 revisão da literatura) que levam os interlocutores a interpretar que o e-mail da GC significa o final da discussão e que houve uma mudança do enquadre inicialmente estabelecido de colegas de trabalho para o de superior e subordinado. Isto pode ser evidenciado pelo encerramento da mensagem: “*Um excelente final de semana e um agosto de muitas matrículas novas, recuperadas e renovações também.*”, que não deixa abertura para que outros e-mails sobre o assunto sejam enviados.

Troca de e-mails (2)

As trocas de mensagens neste caso iniciaram com um pedido de informação da GC para os GUs. O assunto em questão era a suspensão das aulas em função dos jogos do Brasil em uma Copa do Mundo de futebol:

4) De: GC

³⁵ Halliday usa o termo metafórico em contraste com o termo congruente. Para cada configuração semântica há, pelo menos, uma realização léxico-gramatical congruente.

Enviada em:

Para: Grupo Gerentes (...)

Assunto: Consulta rápida

1) Meus queridos,

A GC³⁶ pediu para vocês fazerem uma **pesquisa rápida com os alunos de amanhã, quinta-feira**, sobre as aulas do dia dos jogos da copa.

- Dia 15 (jogo às 15.30h) - perguntar **aos alunos das turmas das 18:00h e da noite se eles viriam à aula após o jogo** . Neste dia, as filiais fecham as 14h , mas em função da resposta dos alunos, poderá ser reaberta para as aulas de 18h e 19:30h

Obs: No dia 25 (jogo às 11.00h), a idéia é retomar as aulas a partir das 15:00h. Quanto aos funcionários, a idéia é que sejam liberados para assistir o jogo em casa às 9:30h e retornem às 14:00h .

Preciso da resposta de vocês **até 6ª feria (dia 21/5)**

Muito obrigada!

Beijinhos,

XXX

5) **De:** GU3

Enviada em:

Para: Grupo Gerentes (...)

Assunto: RES: Consulta rápida

Gente,

Me desculpem agir como "advogada do diabo", mas levando em conta que a maioria das filiais abre às 6ªs feiras às 07:30h ou 08:00h, vocês acham viável abriremos a filial até às 09:30h para fechá-la em seguida e só reabrir às 14:00h ?

Não seria mais sensato abriremos às 14:00h neste dia ? Não vejo a produtividade de abriremos por duas horas/ uma hora e meia para, em seguida,fecharmos.

Dentro da minha realidade, meus funcionários de portaria/secretaria, moram longe da filial.

Levando em média entre 1h a 1:30h para chegar no local de trabalho. Enfim, "food for thought". Não tenho como falar sobre a realidade de distâncias entre os funcionários de outras filiais.

Bjs,

³⁶ Decidi classificar esse pedido como vindo da GC apesar de ter sido redigido por uma das assessoras da gerência central.

O início do e-mail da GC estabelece o propósito comunicativo da mensagem, ou seja, um pedido de informação:

A GC pediu para vocês fazerem uma **pesquisa rápida com os alunos de amanhã, quinta-feira**, sobre (...)

Ao final o propósito comunicativo principal é reforçado:

Preciso da resposta de vocês **até 6ª feria (dia 21/5)**

Em ambos os casos o motivo principal do e-mail e o prazo para resposta são realçados com palavras em negrito. O uso do recurso de realçar palavras do texto em negrito chama a atenção dos interlocutores para o que realmente importa na mensagem. Dessa forma, pode-se garantir que a mensagem principal do texto não se perca em meio a outras mensagens de menor relevância no momento. Outro recurso usado com o mesmo objetivo é a cor amarela para destacar a informação solicitada:

Dia 15 (jogo às 15.30h) - perguntar **aos alunos das turmas das 18:00h e da noite se eles viriam à aula após o jogo .**

A mensagem possui ainda outro propósito que é o de informar o horário de funcionamento das unidades:

Obs: (...) Quanto aos funcionários, a idéia é que sejam liberados para assistir o jogo em casa às 9:30h e retornem às 14:00h .

A expressão “a idéia é que (...)” e o fato do texto ter sido escrito em uma observação à parte deixam margem para a interpretação de que a decisão final ainda não foi tomada e que os horários de liberação dos funcionários ainda são passíveis de mudanças. A expressão também pode deixar margem para interpretações diferentes da originalmente concebida já por sua falta de assertividade. Esta pode ser considerada uma marca de polidez, pois ao usar a forma não-congruente “a idéia é que” a GC evita uma imposição ou abranda uma ordem e, conseqüentemente, respeita o território do outro.

As saudações “*Meus queridos*” e o fecho “*Muito obrigada! Beijinhos*” merecem atenção especial por não serem geralmente usadas em comunicados institucionais. Trataremos das saudações e fechos usados nos e-mails deste trabalho na segunda parte desta

análise quando estudaremos a relação entre a cultura organizacional e a polidez nas trocas de e-mails entre os participantes do grupo estudado.

A resposta ao e-mail anterior (e-mail 2) foi enviada pela participante que chamaremos de GU3. A primeira frase “Me desculpem agir como “advogada do diabo” mas (...)” mostra diversos mecanismos de atenuação de um possível ato ameaçador de face do emitente do e-mail. A mensagem é iniciada pela expressão “*me desculpem*”, sugere uma marca de oralidade, porque começa com o pronome oblíquo “me”, o que não costuma ser usado na escrita. O uso no pedido de desculpas pode indicar uma informalidade no relacionamento entre os participantes. Entretanto o objetivo da mensagem da GC é bastante formal e direto, pois além da consulta feita, existe uma orientação clara da instituição sobre as escalas de trabalho dos funcionários e o funcionamento das unidades.

O pedido de desculpas, logo no início do e-mail, também é um atenuador (*disarmer*), pois antecipa uma possível reação negativa do destinatário e é um dos mecanismos usados na tentativa de neutralizá-la. A expressão popular usada entre aspas “advogado do diabo” parece procurar estabelecer um enquadre de informalidade entre o emissor da mensagem e seus interlocutores. Em seguida, a GU3 usa a conjunção adversativa *mas* que marca o seu posicionamento em relação ao tópico em questão que é uma crítica com preservação de face. A preservação da face é feita também, além de todos os mecanismos mencionados anteriormente, através de uma “falsa pergunta” (Paiva, 2010). Segundo Paiva e Rodrigues(2010, p. 18-19), perguntas do tipo “você não acham?” podem esconder enunciados mais diretos e possíveis ameaças à face dos interlocutores.

Podemos observar no trecho “*Não vejo a produtividade de abirmos por duas horas (...)*” que a GU3 deixa claro o seu posicionamento em relação à decisão da GC sobre os horários de funcionamento das unidades. O sintagma verbal “*Não vejo a produtividade*” é uma marca da atitude de julgamento da GU3. De qualquer forma, a GU3 poderia ter usado um intensificador como “*não vejo nenhuma produtividade*” mas não o fez, o que pode ser interpretado como uma pergunta: “Qual é a produtividade?”. Esta pode ser uma marca da tentativa da GU3 de não ameaçar a face da GC.

O e-mail é finalizado com diversos outros marcadores que indicam uma preocupação da GU3 em preservar sua face positiva, como por exemplo, através da mudança de código para o inglês com a expressão “*food for thought*”. Percebemos, ao mesmo tempo, que a GU3 procura não ameaçar a face positiva de seus interlocutores ao deixar claro que sua realidade pode ser diferente da dos demais colegas “*Não tenho como falar sobre a realidade de*

distâncias entre os funcionários de outras filiais”. Isto também pode ser um convite para que os demais colegas falem sobre suas realidades e se posicionem em relação ao assunto.

Na análise da mensagem da GU3, observamos um movimento de abertura com diversos mecanismos de proteção de face, seguido de um posicionamento e um encerramento também marcado por preservação de face.

Troca de e-mails (3)

A terceira troca de e-mails é iniciada por uma convocação da Diretoria 1 (D1) para uma reunião com o grupo de GUs:

6) **De:** D1
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: Reunião (...)

Caros Gerentes,

Gostaria de convidá-los para nossa última reunião do ano na 4ª feira, 09/12, de 09:30 às 14:00h no auditório da filial XXX. Neste encontro faremos o fechamento do ano, com especial ênfase (...) ações de (...) e comunicaremos mudanças temporárias (...). Conto com a presença de todos.

Um abraço,

Sonia Fonseca³⁷

7) **De:** GU4
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: RES: Reunião (...)

Soninha,

Você acha que há alguma chance de fazermos essa reunião no início de Janeiro? Quarta-feira será o dia de provas em algumas filiais e temos tido que ficar ausentes da filial por muito tempo (reuniões operacionais, treinamentos, planos de ação, comemorações diversas) em um momento de fechamento do ano, que por si só já é bastante conturbado. Estou copiando os demais gerentes para ver como reagem.

³⁷ Os nomes próprios foram alterados para preservar a identidade dos participantes e por não terem relevância para o presente estudo.

Um grande beijo,

- 8) **De:** GU5
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: RES: Reunião (...)

Oi Sonia!

Concordo com a GU4, se essa reunião pudesse ser em janeiro realmente seria ideal. E além de todo o movimento de final de período, as filiais (como a minha) que vão ter curso de férias estão nas (muitas) ações de captação para o curso e precisamos ter a nossa agenda com muitos horários livres para (...). Será que é possível? ;)

Um beijinho,

- 9) **De:** D1
Enviada em:
Para: Grupo Gerentes (...)
Assunto: RES: Reunião (...)

Caros Gerentes,

Após reunião com a GC, que nos informou a respeito da presença de todos os GUs para a Convenção de vendas dia 15/01, fizemos alteração na data prevista para reunião com gerentes do RJ a fim de termos a presença de todos vocês dos diferentes territórios.

Gostaria então de convidá-los para reunião (...) dia **14/01, de 14:00 às 18:30**, no auditório da filial XXX. Optamos por iniciar nosso encontro na parte da tarde para que os gerentes de outros territórios possam viajar pela manhã. Logo, será necessário finalizarmos um pouco mais tarde do que o de costume. Contamos com a compreensão de todos. Enviaremos a agenda em breve.

Será muito bom podermos estar todos juntos neste encontro. Um grande abraço.

Sonia

Primeiramente, é importante ressaltar que as relações de poder entre gerentes e diretores nas organizações são diferentes. Diretores estão em posição superior a gerentes.

O e-mail da D1 é iniciado com uma saudação diferente das observadas nos e-mails analisados nesse trabalho anteriormente. A saudação *Querido (s)* é substituída pela palavra *Caros*, que pode estabelecer um *footing* de formalidade ou distanciamento maior do que a

saudação *Querido*, apesar de ambas as palavras estarem em um mesmo campo semântico³⁸. A primeira mensagem estabelece o objetivo da reunião, os assuntos que serão abordados, o horário e o local, de forma bastante clara e direta. Não são observados mecanismos de proteção ou que possam ameaçar a face tanto do enunciador quanto dos seus enunciatários.

A segunda mensagem é a primeira resposta da GU4 ao e-mail da D1. O uso da expressão “gostaria de convidá-los” pode ter deixado margem para uma possível recusa por parte dos GUs. A GU4 inicia o e-mail com uso do nome da D1 no diminutivo *-inha* que tem uma função atenuadora (Villaça, 2006) para a oposição feita à data sugerida para a reunião. A indiretividade (Searle, 1984) presente na pergunta que inicia o e-mail “Você acha que há alguma chance de fazermos essa reunião no início de Janeiro?” pode sinalizar uma tentativa de preservação de face da GU4 e evitar uma possível ameaça à face da D1. Segundo Meyer (2001 p. 8 *apud* Porto, 2006 p. 27, 28):

No contexto sócio-cultural brasileiro é muito difícil discordar frontalmente do interlocutor, utilizando-se formas despreferidas, ou marcadas, (...) antes, opta-se por atos de fala indiretos ou formas mitigadas para negações e recusas em geral.

A GU4 continua fundamentando seu pedido com os motivos diversos para que a reunião aconteça em um momento diferente do escolhido pela D1. A mensagem é encerrada com uma abertura para que outros GUs que tenham a mesma realidade descrita pela GU4 possam manifestar suas opiniões e, conseqüentemente, dar suporte ao que foi colocado na segunda mensagem.

O terceiro e-mail é enviado pela gerente que chamaremos de GU5. A mensagem, em termos gerais, endossa o que foi dito pela GU4 e é marcada por alguns atenuadores de atos ameaçadores de face. Estes atenuadores incluem o uso de uma interjeição na abertura do e-mail e o emoticon ;)³⁹ ao final da mensagem. Os interlocutores de interações face-a-face possuem diversos recursos não-verbais como a emissão de sons que sinalizam concordância ou discordância e expressões faciais, por exemplo, para expressar emoção e afetividade. Na Comunicação Mediada pelo Computador, os emoticons são uma forma de “compensar” ou “substituir” a linguagem não-verbal. Crystal (2004) diz que frequentemente a presença de smileys, um tipo de emoticon que expressa sorriso, pode ter uma função simplesmente pragmática, sinalizando para o receptor da mensagem que o emissor está preocupado com o efeito que a frase (ou a mensagem) pode ter.

³⁸ O campo semântico é definido como o conjunto de possíveis significações de uma palavra (Genouvrier e Peytard, 1974; Biderman, 2001 *apud* Ferreira, 2009, p. 39).

³⁹ O emoticon ;) representa piscada.

É importante observar que em ambas as respostas ao e-mail que iniciou a troca, as duas GUs tiveram a preocupação em preservar sua face e ao mesmo tempo não ameaçar a face da D1. Outro ponto relevante é a mudança de enquadre caracterizado pela informalidade das mensagens das GUs através do uso do diminutivo para o nome da D1 e encerramentos como “grande beijo” e “beijinhos”. O enquadre inicial estabelecido pela D1 é o de uma relação superior-subordinado, pois a mensagem é um convite para uma reunião. As mensagens que seguem (7 e 8) procuram estabelecer um enquadre de “amizade” com um tom informal e a expressão de afetividade.

O último e-mail desta troca é a resposta da D1 para solicitação de mudança da data de reunião feita pelas GUs. A D1 concorda com a alteração da data mas expõe um motivo diferente dos problemas relatados pelas GUs. O motivo exposto pode ser uma forma de concordar, mesmo que de forma tácita, com o exposto pelas GUs e agregar um ganho à mudança da data da reunião. O encerramento da mensagem “*Será muito bom podermos estar todos juntos neste encontro. Um grande abraço.*” também pode expressar uma forma de ratificação do enquadre de amizade estabelecido pelas GU4 e GU5 e pode ser uma forma de reforçar a importância da presença de todos. A frase congruente “*Será muito bom podermos estar todos juntos neste encontro*” é uma forma direta, sem qualquer tipo de atenuação, de enfatizar que é esperado que todos estejam presentes. A alternativa “*seria muito bom podermos estar todos juntos neste encontro*” representaria uma forma não congruente e atenuada de convidar o grupo para a reunião.

Troca de e-mails (4)

10)De: GU6

Enviada em: sexta-feira

Para: Grupo Gerentes (...)

Assunto: ENC: Ação (...) O filme

Prioridade: Alta

Pessoal,

Vejam a resposta da (...). Nossa ação foi aprovada e a imagem liberada para nosso uso em camisetas.

Ela também ofereceu alguns brindes e cartazes, mas conto p vcs assim que ela me der os detalhes.

Agora é com a gente. O filme estreia em 8 de abril. O ideal é que nossa sessão fosse no sábado de manhã, mas acho q cada área deve discutir sobre o melhor lugar e horário para seus clientes. Feito isso, reservar logo o local para evitarmos surpresas.

A gente vai se falando. Bjks em todos ...

11)De: GU7

Enviada em: sexta-feira

Para: Grupo Gerentes (...)

Assunto: ENC: Ação (...) O filme

Prioridade: Alta

Pessoal,

Se o filme estréia no dia 08/04, que tal levarmos nossas crianças no sábado, dia 09?

O (...) seria um bom local para a maioria? Podemos pensar em outros shoppings da área também.

Precisamos definir os níveis: (...) ?

Just food for thought...

Vamos nos falando...

Bjs,

xxxx

Antes de imprimir, pense em sua responsabilidade com o meio ambiente.

Observa-se no e-mail 10, que a GU6 inicia a mensagem com uma série de novas informações sobre uma determinada ação de marketing, o primeiro objetivo da mensagem. O segundo propósito é estabelecer uma data para a realização do evento. Percebemos o uso do *grounder* (ver revisão da literatura seção 2.1) “*agora é com a gente. O filme estréia no dia 8*” que estabelece uma justificativa para a sugestão que é feita em seguida “*O ideal é que nossa sessão fosse no sábado de manhã, mas acho q cada área deve discutir sobre o melhor lugar e horário*”. A sugestão também é marcada por estratégias de polidez positiva, pois as expressões “*o ideal é que*” é uma forma pacífica de sugerir algo e “*acho q cada área deve discutir sobre o melhor lugar e horário*” faz uso de um mitigador (acho que) ao mesmo tempo em que o enunciador evita impor algo aos enunciatários (Grundy, 2000). O e-mail é finalizado com um *expander* “*reservar logo o local para evitarmos surpresas*” que reforça o ato, mesmo que indireto, de pedir que seja decidida a data para a realização do evento.

A resposta ao e-mail 10, enviada pela GU7 para um grupo de gerentes de sua área, também é marcada por mecanismos de proteção de face. A mensagem é iniciada com o

disarmer “Se o filme estréia no dia 08/04,(...)” que limita as possibilidades do receptor da mensagem negar-se a fazer o que é solicitado. Em seguida são feitas duas sugestões ou pedidos “que tal levarmos nossas crianças no sábado, dia 09? O (...) seria um bom local para a maioria?”, sempre mantendo o respeito ao “território” do outro (Goffman, 1998). De acordo com o que diz Grundy (2000), o enunciado “Podemos pensar em outros shoppings da área também.” é uma estratégia de polidez positiva já que a GU7 evita impor qualquer opinião sobre os demais colegas. A mensagem é encerrada com um *expander* para que a decisão seja tomada “Precisamos definir os níveis”. As gerentes usam as formas não-congruentes “A gente vai se falando” e “Vamos nos falando”, respectivamente, ao final das mensagens que podem ser uma forma de expressar que é esperada uma resposta do grupo. O fecho do primeiro e-mail desta troca “Bjks em todos ...” assim como outros fechos e saudações do corpus estudado serão foco de análise no capítulo que segue.

As saudações e fechos dos e-mails do corpus de estudo merecem uma atenção especial neste trabalho que analisa as relações de polidez em trocas de e-mails entre colegas de trabalho. Curiosamente, saudações e encerramentos podem executar um papel social nos e-mails tão importante quanto em outras formas de interações. Como Eckert e McConnell-Ginet (2003, p. 138 *apud* Waldvogel, 2007) ressaltam⁴⁰: “Saudações e despedidas oferecem fórmulas para aliviar a tensão criada para a face nos começos e fins de interações”. Nesse contexto, saudações como caros, prezados e queridíssimos estariam no mesmo campo semântico e seriam usadas nas mesmas situações? Poderíamos combinar indistintamente saudações como Claudia e Claudinha com beijinhos ou um grande beijo? Qual é a frequência de uso dessas expressões de abertura e fecho de e-mails e o que essas expressões podem indicar? A fim de responder essas perguntas, passaremos para a segunda parte da análise de dados deste estudo.

3.2 Saudações e fechos no corpus de estudo: estratégias de polidez positiva

Na primeira parte da análise de dados, foram feitas análises qualitativas de quatro trocas de e-mails que ilustram as relações de polidez entre os interactantes do grupo estudado. Passaremos agora para a segunda parte desta seção na qual serão usados dados quantitativos extraídos com o uso do Wordsmith tools (ver capítulo metodologia) para o estudo das formas

⁴⁰ Interestingly, greetings and closings perform as important a social role in email as in other forms of interactions. As Eckert and McConnell-Ginet (2003, p. 138) note: “Greetings and farewells offer formulas to ease the strain created for face by the beginnings and ends of interactions”.

de saudações e/ou fechos das mensagens trocadas pelos participantes e uma pesquisa realizada com os integrantes do grupo estudado para verificar suas crenças sobre as formas de tratamento (saudações e encerramentos) usadas pelos mesmos.

A mesma ferramenta foi utilizada também para a extração de quadrigramas que podem sinalizar padrões lingüísticos usados pelo grupo para evitar possíveis atos ameaçadores de face.

Apresentamos abaixo os resultados da pesquisa realizada com 39 integrantes do grupo estudado sobre a percepção do grupo em relação ao uso de algumas das saudações previamente observadas como mais freqüentes através de análise qualitativa das interações estudadas.

3.2.1 Saudações

As respostas foram dadas para a pergunta “*Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (saudações) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5)*” e foram percentualmente indicadas nos gráficos abaixo⁴¹:

⁴¹ O questionário foi configurado de forma que somente uma resposta pudesse ser marcada. Dessa forma, os respondentes não tiveram a possibilidade de marcar, por exemplo, *nunca usado* e *usado com freqüência* simultaneamente.

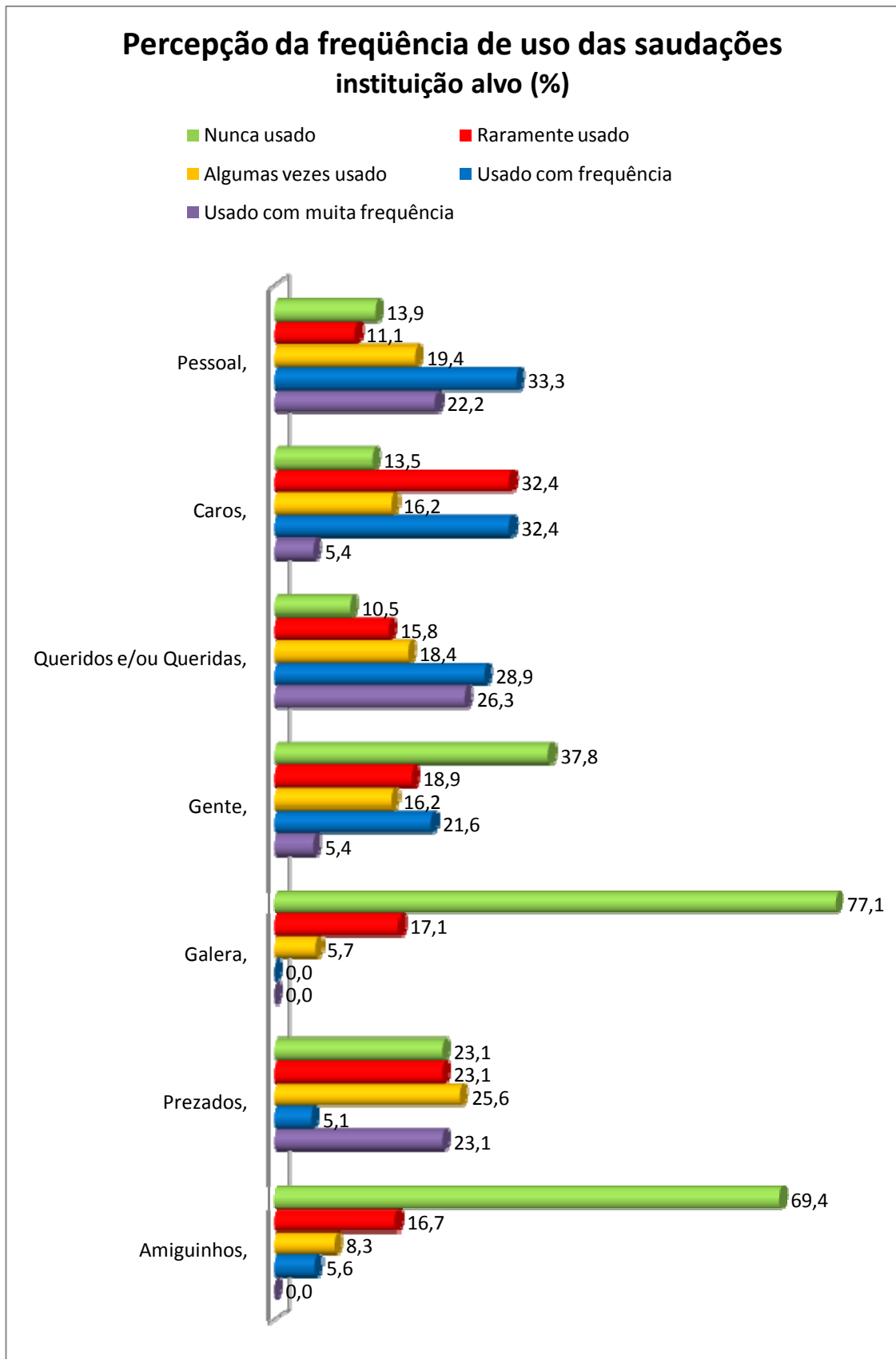


Figura 9: Crenças dos gerentes da instituição estudada sobre a freqüência de uso de saudações

A grande maioria dos manuais de redação⁴² publicados em língua portuguesa ainda aborda as saudações em mensagens eletrônicas de forma superficial ou quando há alguma seção sobre o assunto, os e-mails são tratados da mesma forma que cartas comerciais. Assim, as formas preferidas em manuais de redação são: *prezado (s)*, *caro (s)*, *bom dia* ou, em mensagens menos formais *oi + o nome* do destinatário do e-mail.

Outras fontes de consulta sobre o assunto foram os resultados para uma busca feita na Internet através do buscador *Google*. Encontramos 40.300 resultados para a busca *saudações e fechos de e-mails* e a maioria desses sites sugere as mesmas formas de abertura e encerramento de e-mails encontrados nos manuais (exemplo anexo A).

Percebemos nas respostas dadas pelos participantes do grupo estudado que outras formas, diferentes das apresentadas em manuais, são de uso frequente pelos respondentes do questionário. A saudação *Queridos e/ou Queridas*, que não é mencionada nos manuais consultados, é percebida no questionário acima como uma expressão de uso frequente pelos participantes da pesquisa.

A fim de contrastar a percepção dos participantes em relação às formas de saudações usadas em e-mails corporativos com o real uso dessas expressões, extraímos uma lista de concordância do corpus de estudo para as palavras aqui em foco. Na seleção das palavras, foram excluídas manualmente todas as ocorrências das palavras que não configuram saudações. Abaixo⁴³, temos um exemplo de extração da lista de concordância da palavra *Caro* antes da exclusão de ocorrências que não são saudações:

⁴² Por exemplo, Medeiros (2010); Manual de Redação da Presidência da República (2002); Manual de Redação Folha de São Paulo (2010)

⁴³ Os nomes próprios foram excluídos para preservar a identidade dos participantes.

C Concord - [CARO: 15 entries (sort: 5L,5L)]

File View Settings Window Help

N	Concordance	Set	Tag	Word No.	File	%
1	25,00 ainda é um pouco caro considerando que o			452	326~1.txt	56
2	a 18,70 por cabeça. Tá caro? 93,50 por filial...			302	29_~1.txt	25
3	ade Corporativa Caro(a) gerente, É			105	15_~1.txt	38
4	eu. Alguns acharam caro e outros 2 já estav			48	022~1.txt	14
5	a para um modelo mais caro. Como sabemos qu			120	027~1.txt	58
6	----- Caro Não go			24	217~1.txt	6
7	apenas R\$400,00 mais caro. A conta para débi			203	77_~1.txt	79
8	o pelo serviço era muito caro. Sugestões serão			57	21_~1.txt	75
9	usiness ser ainda mais caro(13.18%) mensalida			272	823~1.txt	60
10	ço está um pouco mais caro que no ano passad			114	412~1.txt	16
11	uebrar parede e não era caro. O nome dele é A			48	611~1.txt	37
12	o de área em 19/11 Caro Não go			264	818~1.txt	28
13	---- Se o cinto for muito caro. ... DURMA EM P			31	429~1.txt	12
14	... será que isso vai ser caro?			147	92_~1.txt	69
15	ject: Agradecimento Caro Em mei			74	24_~1.txt	48

Figura 10: Tela do Wordsmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra 'caro' (1).

Diversas ocorrências referem-se ao uso da palavra caro como *custoso* ou *dispendioso* (linhas 2 e 5, por exemplo). Todas essas ocorrências foram descartadas, pois não são saudações. Após o descarte, tivemos o seguinte resultado:

C Concord - [CARO: 4 entries (sort: 5L,5L)]

File View Settings Window Help

N	Concordance	Set	Tag	Word No.	File	%
1	ade Corporativa Caro(a) gerente, É			105	15_~1.txt	38
2	----- Caro Não go			24	217~1.txt	6
3	o de área em 19/11 Caro Não go			264	818~1.txt	28
4	ject: Agradecimento Caro Em mei			74	24_~1.txt	48

Figura 11: Tela do Wordsmith mostrando lista de concordância extraída do corpus de estudo para a palavra 'caro' (2).

Dessa forma, a saudação *Caro* no corpus estudado apresenta apenas 4 ocorrências (0,1%). O mesmo procedimento foi feito para todas as demais saudações usadas no questionário e os resultados são apresentados no gráfico abaixo (as ocorrências estão expressas percentualmente):

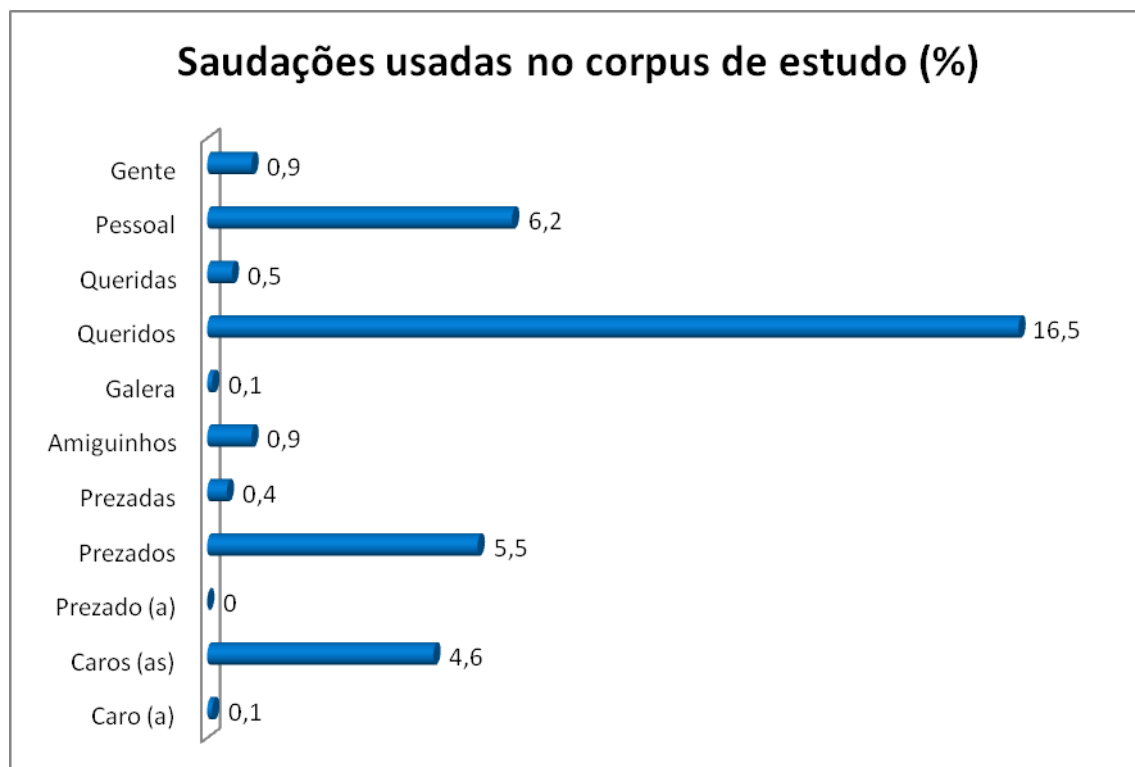


Figura 12: Saudações (1) usadas no corpus de estudo.

Algumas congruências são percebidas entre as respostas dos questionários e a análise quantitativa das saudações das mensagens. Essas congruências incluem o baixo uso da saudação *galera*, por exemplo. O uso da saudação *amiguinhos*, também foi confirmado pela análise feita no corpus. A expressão “gente”, entretanto, teve um uso menor que o resultado apontado pelo questionário.

As expressões de maior frequência foram *queridos*, *prezados*, *pessoal* e *caros*. Todas essas expressões de alta frequência de uso estão no plural. Isto pode indicar que quando os e-mails seguem um padrão de um emissor para diversos destinatários, saudações como *queridos*, são preferencialmente usadas.

Os respondentes do questionário sinalizaram o uso de outras saudações que não constavam na listagem fornecida:

Amigos (5 respostas)

Meninas (2 respostas)

Meninos (1 resposta)

Dear all (2 respostas)

PessoALL(1 resposta)

A análise quantitativa do corpus apresentou os seguintes resultados:

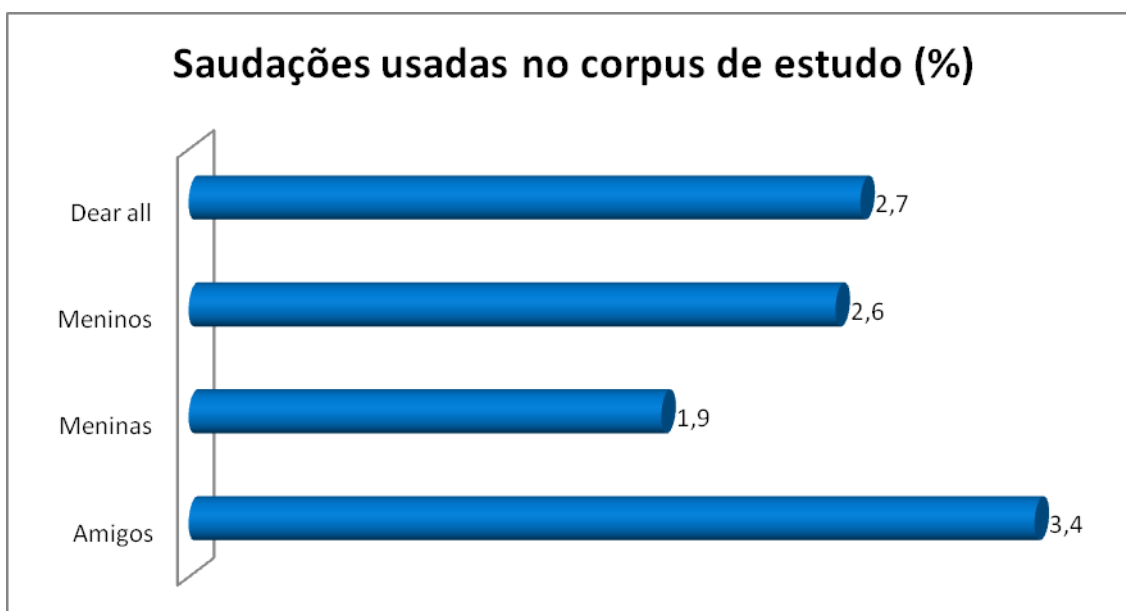


Figura 13: Saudações (2) usadas no corpus de estudo.

Assim, além das saudações que constavam no questionário, os participantes do grupo fazem uso de outras formas como *amigos*, *meninos/meninas* e a saudação em inglês *dear all*, mesmo quando o conteúdo do e-mail é todo em português. A saudação *dear all* pode ser *um marcador de identidade com o grupo* já que todos são professores de língua inglesa. Brown e Levinson (ver revisão da literatura) consideram marcadores de identidade com um grupo uma forma de polidez positiva.

Pode-se notar ainda que um grande número de mensagens não possui qualquer saudação. Crystal (2004, p. 100)⁴⁴ explica:

Entre pessoas que se conhecem, mensagens sem saudação são geralmente respostas imediatamente enviadas, onde a pessoa que responde vê a mensagem como a segunda parte de uma interação entre duas partes (um par adjacente), na qual uma saudação introdutória é inapropriada.

3.2.2 Fechos

Tendo analisado as formas de saudações usadas pelos participantes do grupo estudado, estudaremos agora as formas de encerramentos ou fechos usadas no corpus de estudo.

⁴⁴ Tradução minha de: Between people who know each other, greetingless messages are usually promptly sent responses, where the responder sees the message as the second part of a two-part interaction (an *adjacency-pair*), for which an introductory greeting is inappropriate.

A primeira parte da análise dos fechos das mensagens, é a interpretação das respostas dadas pelos participantes do grupo ao questionário que teve como objetivo avaliar a percepção dos gerentes sobre suas formas de fecho de e-mails em ambiente profissional. O questionário sobre os fechos seguiu os mesmos procedimentos da pesquisa sobre as saudações, mencionada anteriormente neste capítulo. As respostas para a pergunta “*Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (fechos) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5)*” foram:

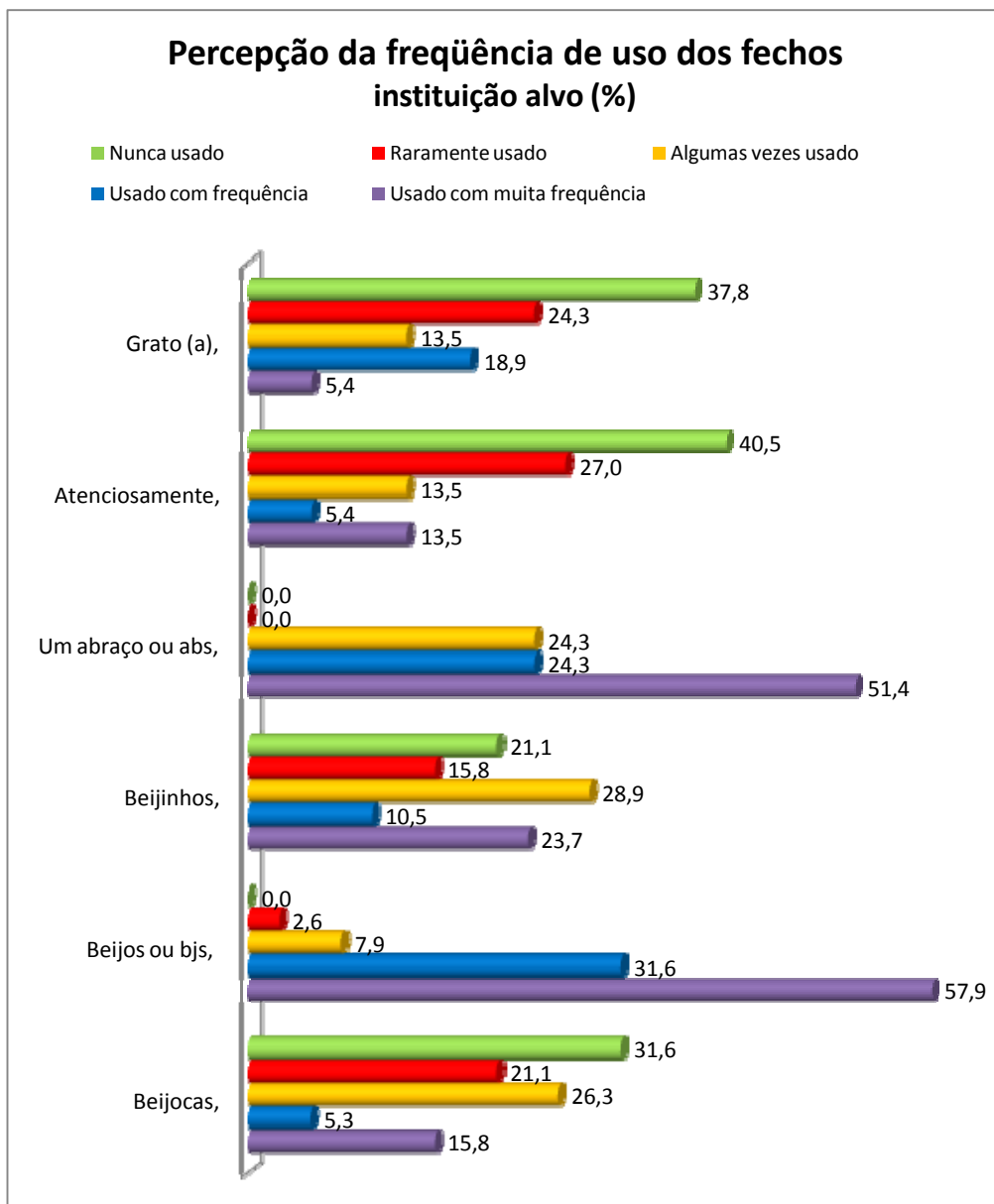


Figura 14: Crenças dos gerentes da instituição estudada sobre a frequência de uso de fechos em e-mails corporativos.

A análise do gráfico mostra que as formas de fecho percebidas como as mais utilizadas pelo grupo são *beijos/bjs*, *Um abraço/abs* e *beijinhos*, se considerarmos as respostas para **usado com muita frequência** e **usado com frequência**. As outras 3 formas beijocas, grato(a) e atenciosamente todas apresentam cerca de 20% de frequência de uso quando consideramos as respostas **usado com muita frequência** e **usado com frequência**. Apesar de serem percebidos como usados com menor frequência, podemos dizer que a percepção de uso dessas formas também é relativamente alta.

Após a análise da percepção de uso dos fechos através do questionário respondido pelos participantes das interações, foram extraídas listas de concordância das mesmas palavras do corpus de estudo com o objetivo de contrastar a percepção dos participantes quanto ao uso dos fechos e o real uso dos mesmos apresentados no gráfico abaixo:

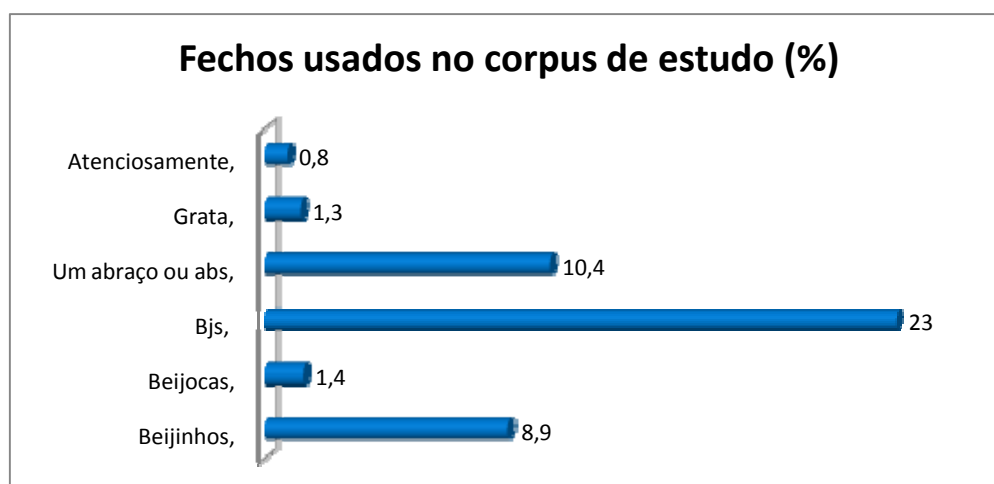


Figura 15: Fechos usados no corpus de estudo.

Os resultados confirmam o alto uso de fechos como *um abraço/abs*, *bjs* e *beijinhos*, conforme as respostas do questionário. Apesar do uso do fecho *beijocas*, ter sido bastante reduzido em relação às respostas do questionário, podemos perceber que são usadas algumas variações da palavra e que têm o mesmo sentido como *Bjks*:

The screenshot shows the WordSmith software interface with a concordance list for the abbreviation 'Bjks'. The window title is 'C Concord - [BJKS: 13 entries (sort: 5L,5L)]'. The menu bar includes 'File', 'View', 'Settings', 'Window', and 'Help'. The toolbar contains various icons for file operations and editing. The concordance table has columns for 'N', 'Concordance', 'Set', 'Tag', 'Word No.', 'File', and '%'. The table lists 13 entries, with the 14th entry highlighted in blue.

N	Concordance	Set	Tag	Word No.	File	%
1	IELY na filial '-----' 1. Bjks,			36	14_~1.txt	7
2	Combinado, Márcio. Bjks,			19	24_~1.txt	12
3	N DINIZ, de 6 anos. Bjks,			380	10_~1.txt	69
4	regar os presentes. Bjks,			54	10_~1.txt	11
5	s da cota de Itaipu. Bjks,			28	24_~1.txt	23
6	ala dos professores. Bjks,			242	319~1.txt	88
7	adotei outro afilhado. Bjks,			53	17_~1.txt	31
8	bado em outras filiais. Bjks,			44	16_~1.txt	31
9	mesmo preço é claro ? bjks e obrigada	O		145	25_~1.txt	58
10	- Bjks		...	189	61_~1.txt	45
11	o, você pode avisar? bjks			155	25_~1.txt	61
12	o quando deixar lá. Bjks,			35	11_~1.txt	8
13	nça eleita por você. Bjks,			70	10_~1.txt	14

Figura 16: Tela do WordSmith com lista de concordância para a abreviação Bjks.

Os fechos *grato(a)* e *atenciosamente* que apresentam frequência relativamente alta de uso na percepção dos participantes, tiveram um número de ocorrências baixo na análise quantitativa do corpus. O baixo uso dessas expressões chama atenção, pois, segundo manuais de escrita de e-mails consultados e sites na Internet sobre o assunto, as formas de fechos sugeridas para e-mails em ambiente corporativo são *grato(a)* e *atenciosamente*. O fecho *beijinho*, que tem alta frequência nas mensagens dos participantes das interações estudadas, não é mencionado em manuais de redação de e-mails empresariais.

Baseados nas diferenças encontradas entre as formas de saudações e fechos usados no corpus de estudo e o que é sugerido pelos manuais de redação de e-mails, foi realizada uma pesquisa sobre a percepção de uso de saudações e fechos de e-mails com profissionais de outras instituições (bancos, empresas de telefonia, indústrias, etc). Todos os participantes de outras instituições são alunos de um curso de MBA em Gestão de Negócios.

As idades⁴⁵ dos participantes de ambos os grupos são ilustradas nos graficos abaixo:

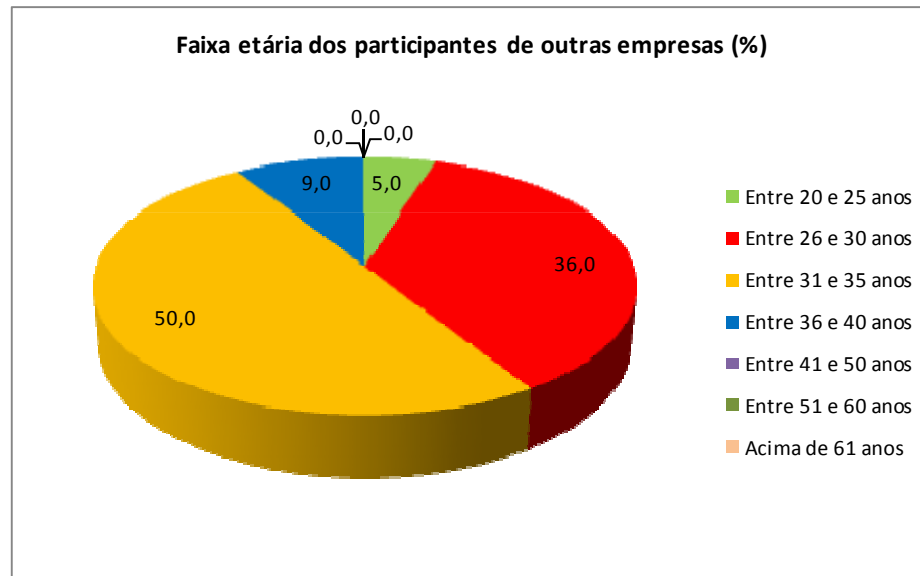


Figura 17: Faixa etária dos respondentes da pesquisa (outras instituições).

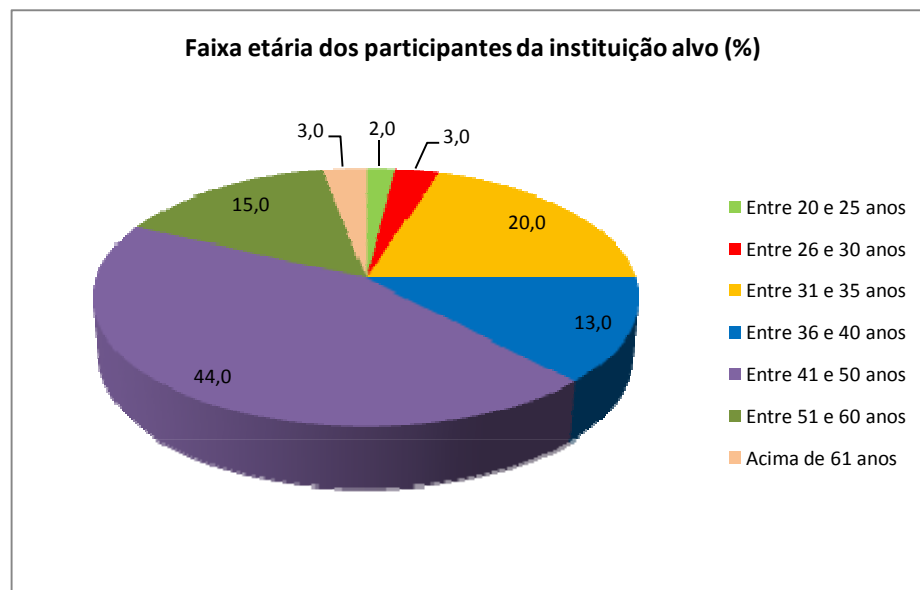


Figura 18: Faixa etária dos respondentes da pesquisa (instituição alvo).

As perguntas utilizadas foram as mesmas usadas com os participantes da instituição alvo. As respostas dadas por usuários de e-mails de outras empresas para a pergunta *“Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as*

⁴⁵ A pergunta sobre a idade dos participantes foi feita, pois acreditei que o fator idade pudesse ter influência sobre as escolhas de saudações e fechos feitas pelos participantes. Entretanto, não há evidências no estudo sobre a influência do fator idade sobre tais escolhas.

formas de tratamento abaixo (saudações) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5)” são comparadas com as respostas dos participantes da instituição. Para fins de comparação da frequência de uso, tomaremos como base somente as respostas para **usado com muita frequência** e **usado com frequência**. Os resultados são mostrados nos gráficos abaixo:

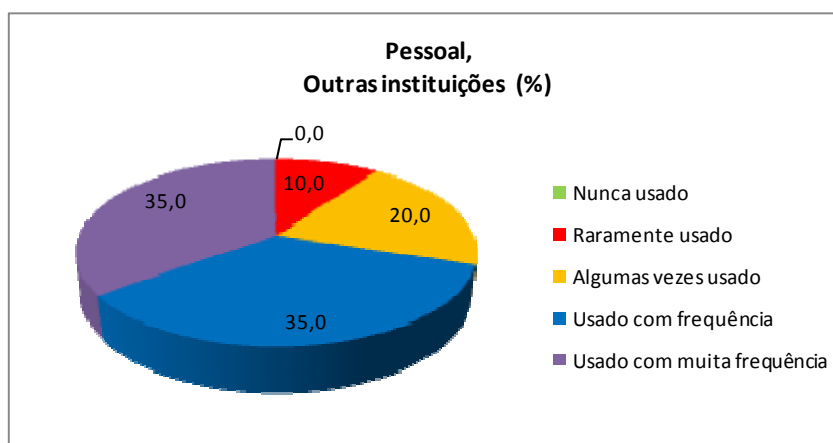


Figura 19: Crenças de uso da saudação ‘Pessoal’ (outras instituições).

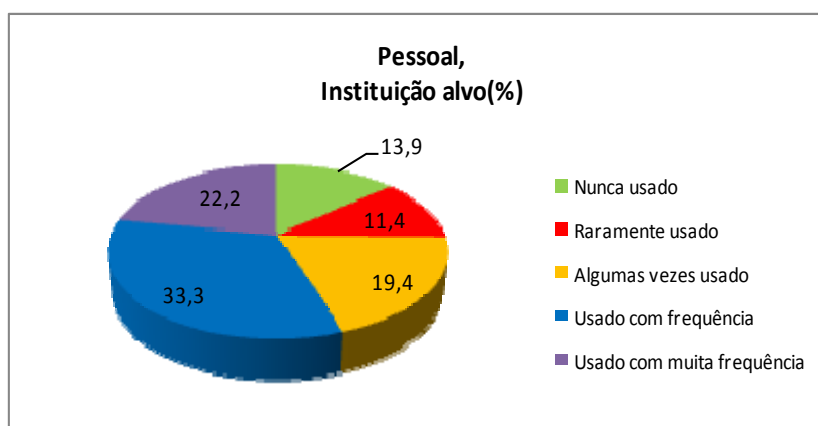


Figura 20: Crenças de uso da saudação ‘Pessoal’ (instituição alvo).

O questionário mostra que 70% dos funcionários de outras instituições usam a saudação *pessoal* com alta frequência. Esta situação é similar na instituição alvo em que 55.5% dos participantes avaliam que usam esta saudação frequentemente. Apesar de ser a saudação percebida como a mais usada nos dois grupos estudados, manuais de escrita de e-mails⁴⁶ e até mesmo em páginas sobre etiqueta na escrita de e-mails disponíveis na Internet⁴⁷, esta saudação não é mencionada ou não é indicada como preferencial.

⁴⁶ O Manual de Escrita da Folha de São Paulo é um exemplo.

⁴⁷ Por exemplo, <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/fichaTecnicaAula.html?aula=18499>.

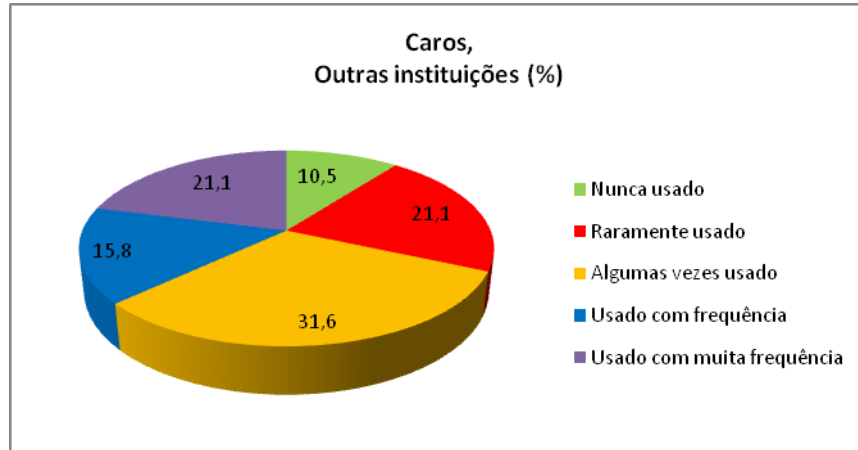


Figura 21: Crenças de uso da saudação ‘caros’ (outras instituições).

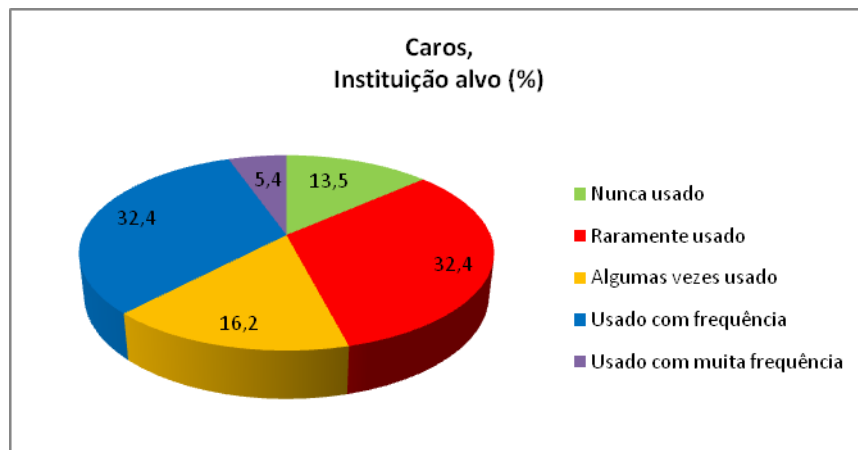


Figura 22: Crenças de uso da saudação ‘caros’ (instituição alvo).

A saudação *Caros* é percebida como de alta frequência⁴⁸ de uso por ambos os grupos, 36,9% em outras instituições e 37,8% na instituição alvo. Esta saudação é mencionada como apropriada nas diversas publicações sobre escrita de e-mails consultadas.

⁴⁸ Nas análises foram somados os percentuais para *usado com frequência* e *usado com muita frequência*.

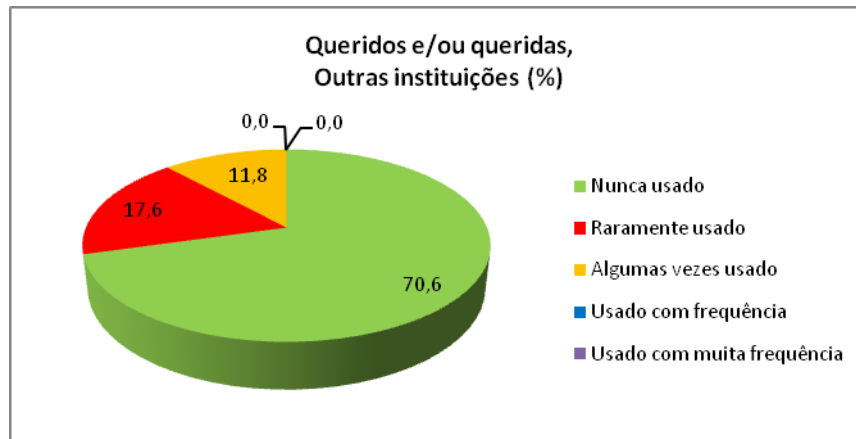


Figura 23: Crenças de uso da saudação ‘Queridos e/ou queridas’ (outras instituições).

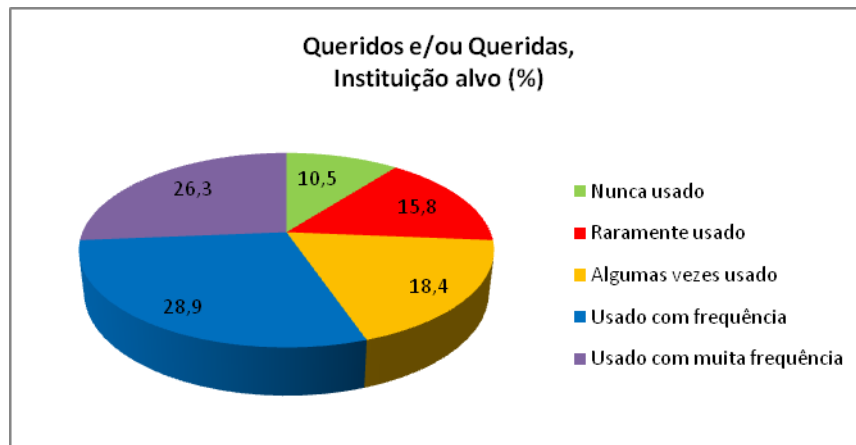


Figura 24: Crenças de uso da saudação ‘Queridos e/ou queridas’ (instituição alvo).

Os gráficos mostram as crenças sobre o uso das saudações *Queridos e/ou Queridas*. Na instituição alvo, estas saudações são percebidas como usadas com frequência por mais da metade do grupo de respondentes do questionário (55,2%) enquanto **nenhum** os funcionários de outras instituições declarou o uso frequente ou muito frequente das formas de saudação *Queridos e/ou Queridas*. Vale ressaltar que 70,6% dos funcionários de outras empresas afirmaram **nunca** fazerem uso dessas formas de saudação.

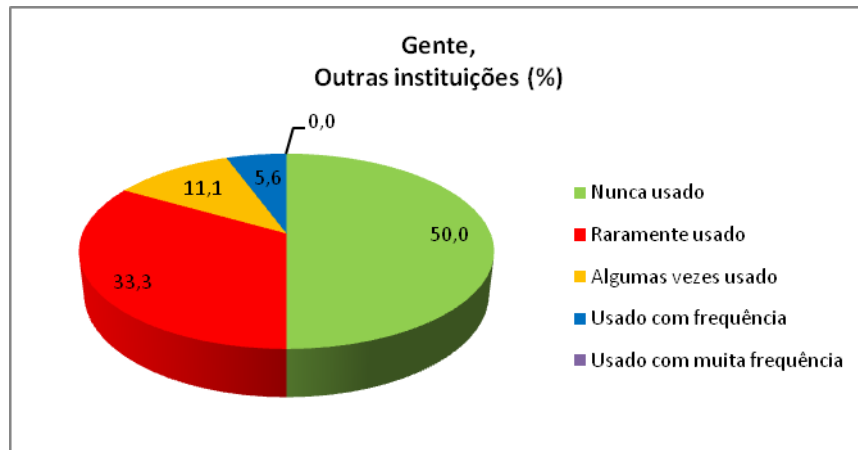


Figura 25: Crenças sobre o de uso da saudação ‘Gente’ (outras instituições).

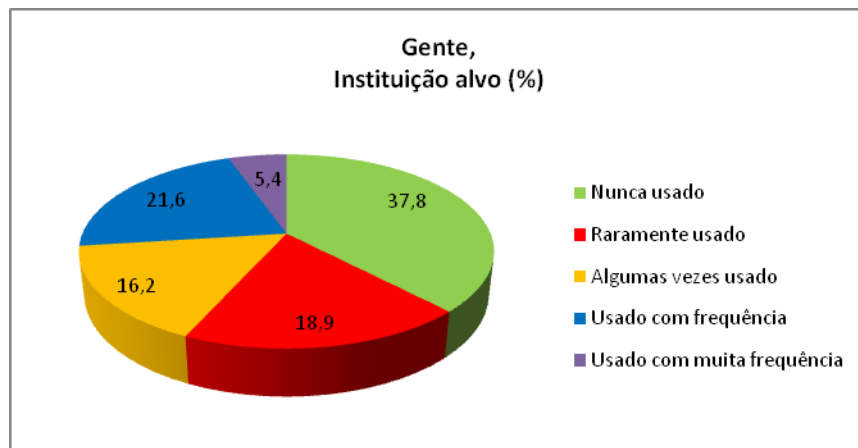


Figura 26: Crenças sobre o uso da saudação ‘Gente’ (instituição alvo).

As crenças sobre o uso da saudação *Gente* também é diferente entre as instituições. Apesar de ambos os grupos indicarem baixa frequência de uso ou nenhum uso desta forma de saudação, a instituição alvo tem uma grande diferença de uso da expressão (27%) em relação à outras instituições (5,6%).

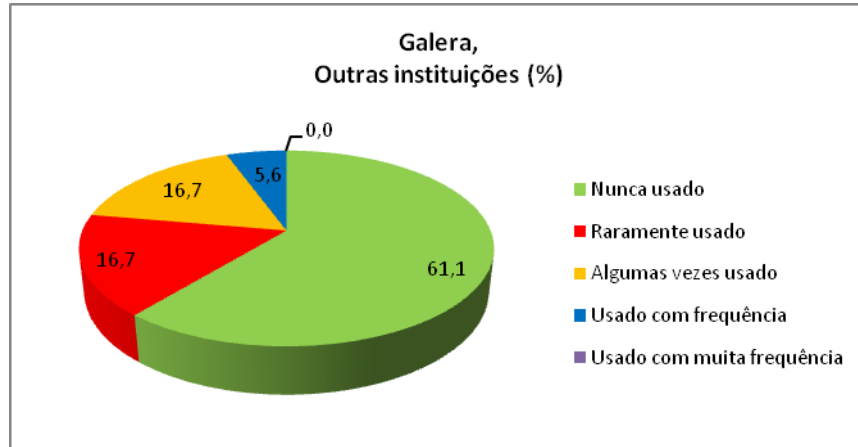


Figura 27: Crenças sobre o uso da saudação ‘Galera’ (outras instituições).

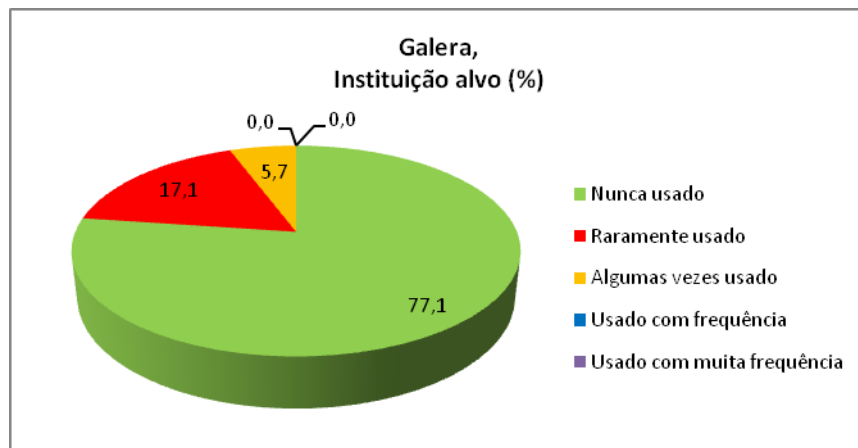


Figura 28: Crenças sobre o uso da saudação ‘Galera’ (instituição alvo).

Ambos os grupos reportaram baixo uso da saudação *Galera*. No grupo de funcionários de outras instituições, entretanto, 5,6% afirmaram usar a saudação com frequência.

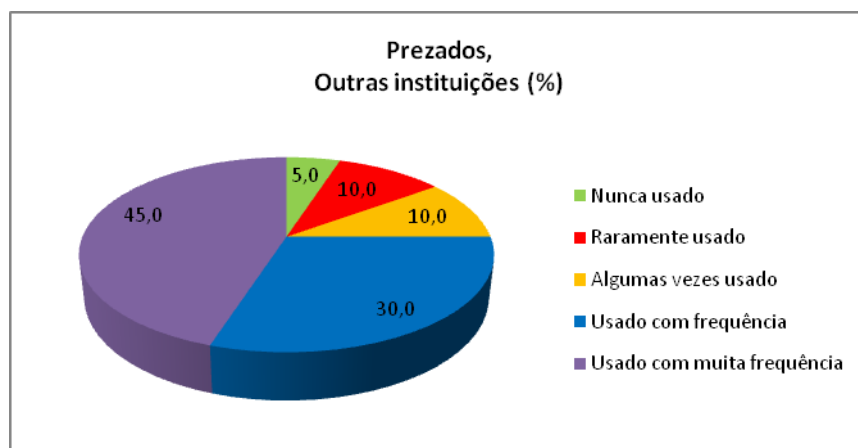


Figura 29: Crenças sobre o uso da saudação ‘Prezados’ (outras instituições).

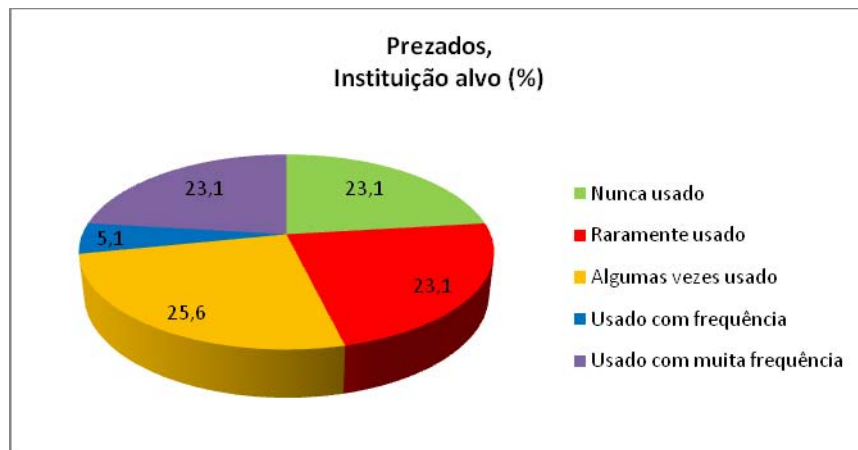


Figura 30: Crenças sobre o uso da saudação ‘Prezados’ (instituição alvo).

A comparação do uso da saudação Prezados entre os dois grupos, revela resultados bastante distintos. Apenas 31,6% do grupo da instituição alvo, informaram o uso frequente da saudação contra 75% dos respondentes de outras instituições. As respostas para **nunca** ou **raramente** usado também foram distintas (15% em outras instituições contra 42% na instituição alvo).

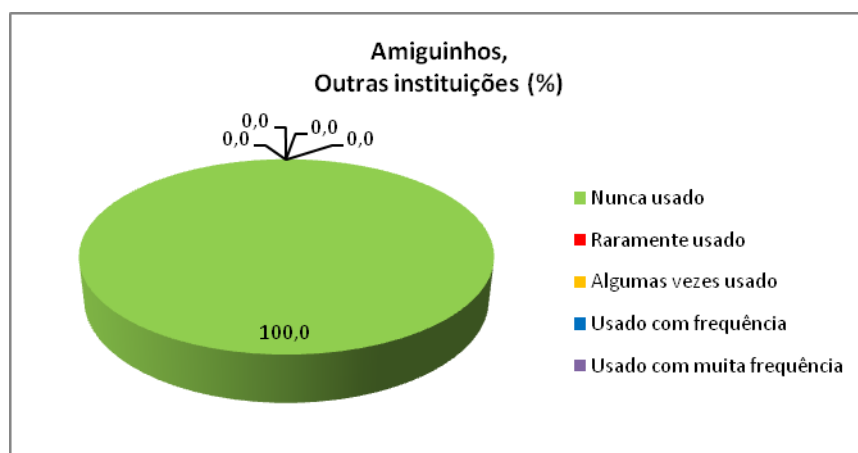


Figura 31: Crenças sobre o uso da saudação ‘Amiguinhos’ (outras instituições).

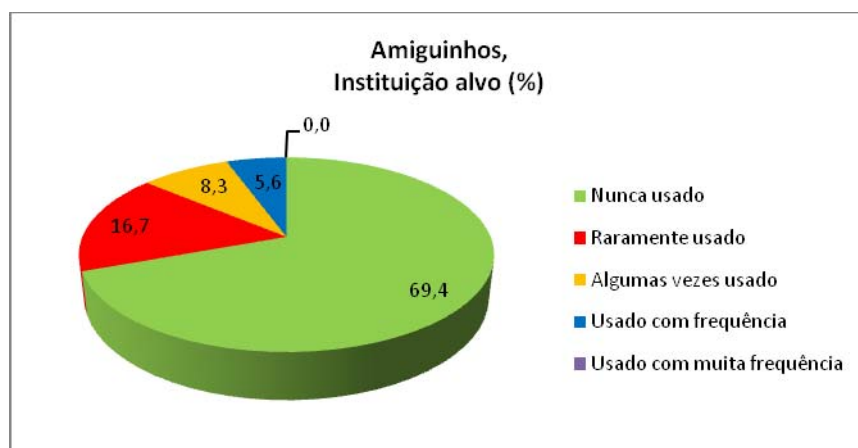


Figura 32: Crenças sobre o uso da saudação ‘Amiguinhos’ (instituição alvo).

Os funcionários de outras instituições foram unânimes ao responderem nunca usarem a saudação *amiguinhos*. Na instituição alvo, 30,6% dos respondentes afirmaram, mesmo com diferentes graus de frequência, fazerem uso dessa saudação. Este pode ser um traço característico das interações na instituição alvo.

Tendo analisado comparativamente os resultados do questionário das crenças sobre o uso de algumas possíveis saudações usadas em e-mails realizado com o grupo de gerentes da instituição alvo e funcionários de outras instituições, passaremos para a análise dos resultados da respostas para a segunda parte do questionários que investigou algumas crenças sobre o uso de fechos em e-mails corporativos. Apesar de os gestores de outras instituições serem consideravelmente mais jovens que os gerentes da instituição alvo, aparentemente, o primeiro grupo tende a usar formas mais conservadoras de saudações.

Os gráficos abaixo mostram os resultados das respostas sobre o uso de fechos em trocas de e-mails entre colegas de trabalho. A pergunta do questionário foi: “*Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (fechos) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5)*”⁴⁹:

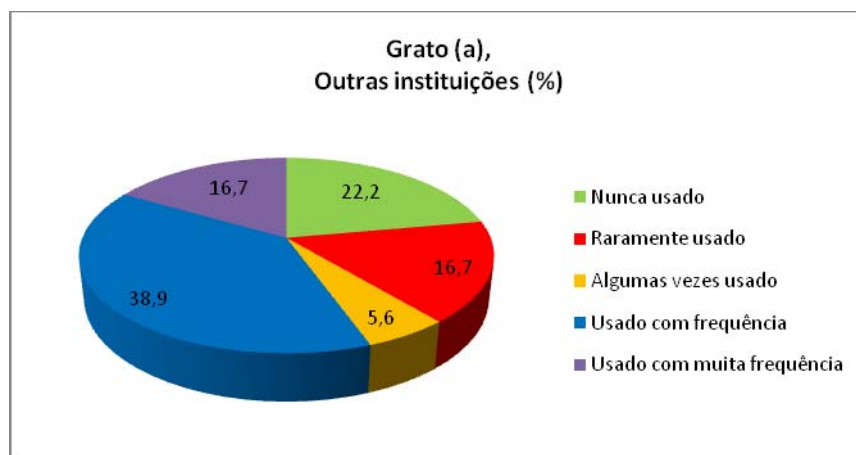


Figura 33: crenças sobre o uso do fecho ‘Grato (a)’ (outras instituições).

⁴⁹ Os participantes que responderam ao questionário sobre os fechos são os mesmos das saudações.

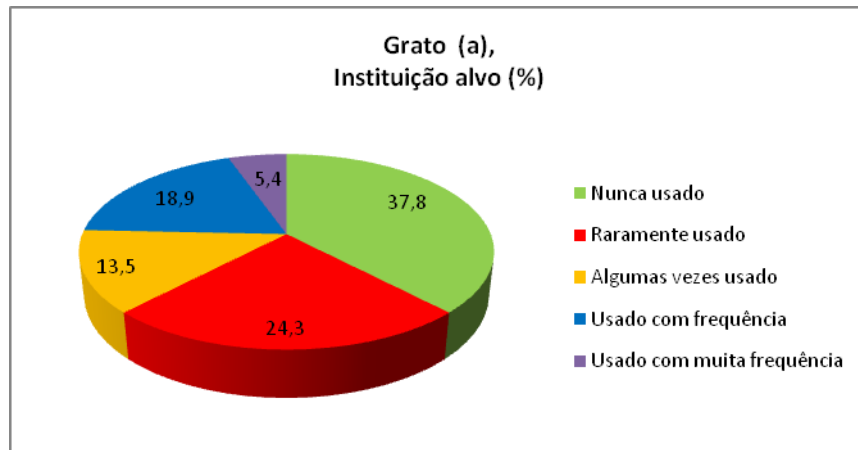


Figura 34: crenças sobre o uso do fecho ‘Grato (a)’ (instituição alvo).

Os dois primeiros gráficos mostram a comparação das crenças sobre o uso das formas do fecho *Grato (a)*. Usando o mesmo critério das análises da frequência das saudações⁵⁰, os gráficos mostram que 56,7% dos usuários de e-mails em outras instituições utilizam a expressão em questão para fecho de e-mails e apenas 24,3%, ou seja, menos da metade dos respondentes, usam essa forma de fecho.

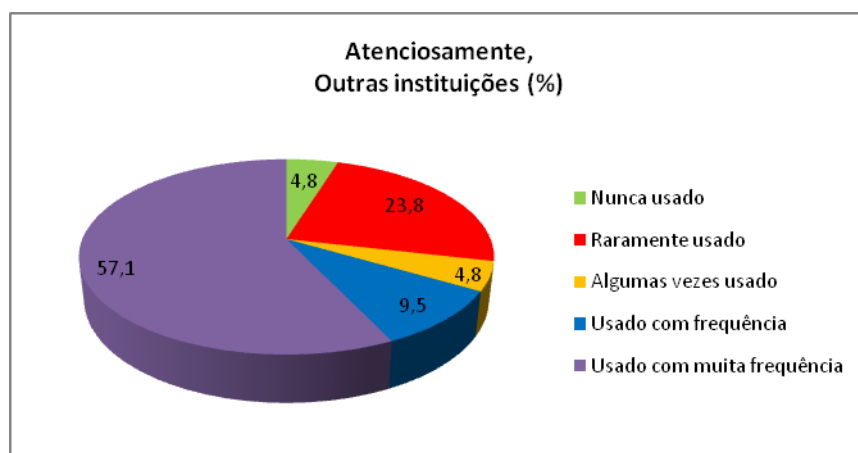


Figura 35: crenças sobre o uso do fecho ‘Atenciosamente’ (outras instituições).

⁵⁰ Para fins de comparação da frequência de uso, tomaremos como base somente as respostas para **usado com muita frequência** e **usado com frequência**.

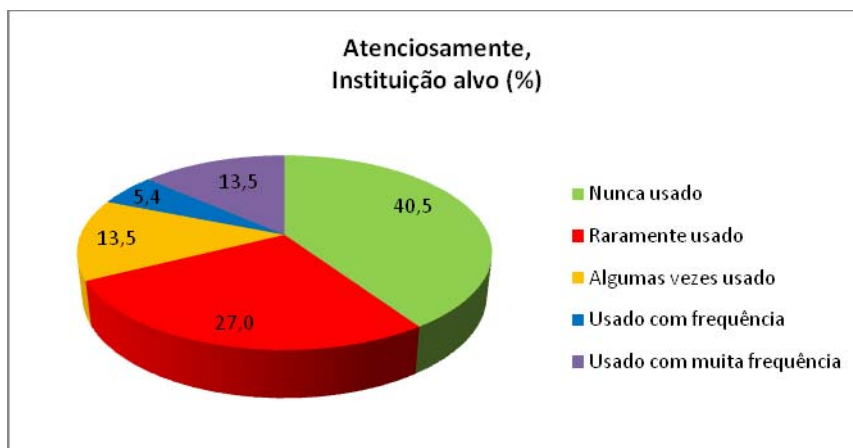


Figura 36: crenças sobre o uso do fecho ‘Atenciosamente’ (instituição alvo).

A segunda comparação é feita entre as crenças sobre o uso do fecho *atenciosamente*. Este fecho é usado por 66,6% dos respondentes de outras instituições e apenas 18,9% dos participantes de trocas de e-mails na instituição alvo demonstram preferência pelo uso deste fecho.

O *atenciosamente* é considerado formal⁵¹ e apropriado para comunicados entre funcionários de mesma hierarquia, apesar de não ser uma forma preferida na instituição. Os gráficos que seguem, mostram o uso de fechos menos formais.

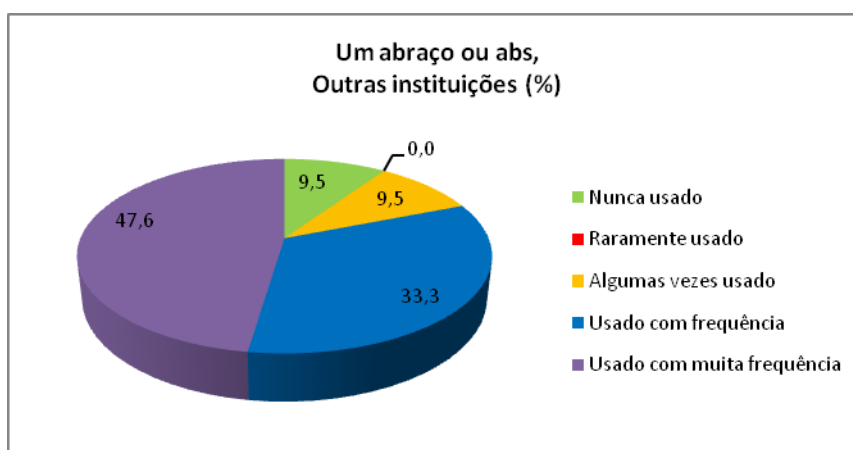


Figura 37: crenças sobre o uso do fecho ‘Um abraço ou abs’ (outras instituições).

⁵¹ O Manual de Redação da Presidência da República recomenda *atenciosamente* como o único fecho para e-mails entre autoridades de mesma hierarquia.

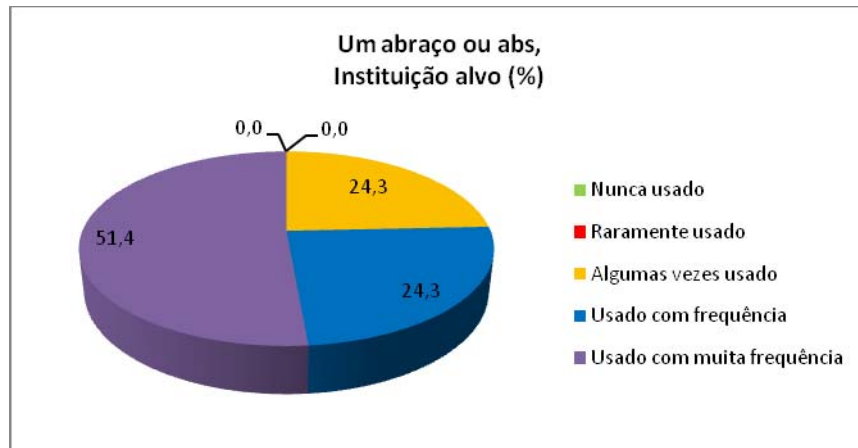


Figura 38: crenças sobre o uso do fecho 'Um abraço ou abs' (instituição alvo).

Os fechos um abraço ou abs, são percebidos como de alta frequência de uso em ambos os grupos (80,9% em outras instituições e 75,7% na instituição alvo). Dentre todas as formas usadas no questionário, esta é a mais usada pelos integrantes dos dois grupos.

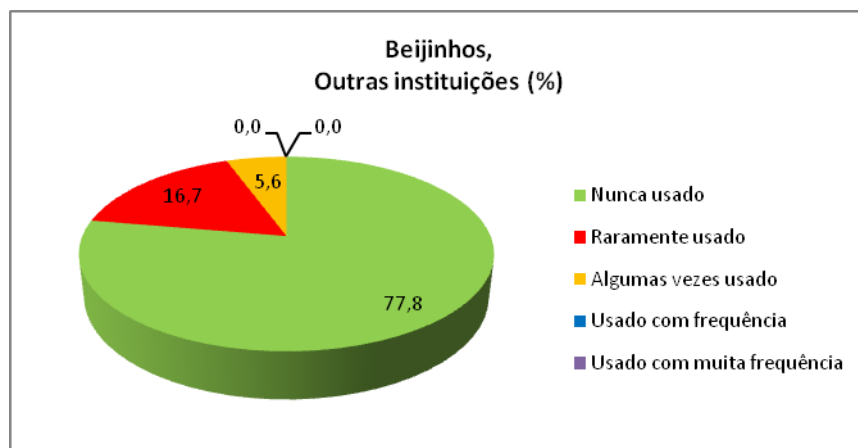


Figura 39: crenças sobre o uso do fecho 'Beijinhos' (outras instituições).

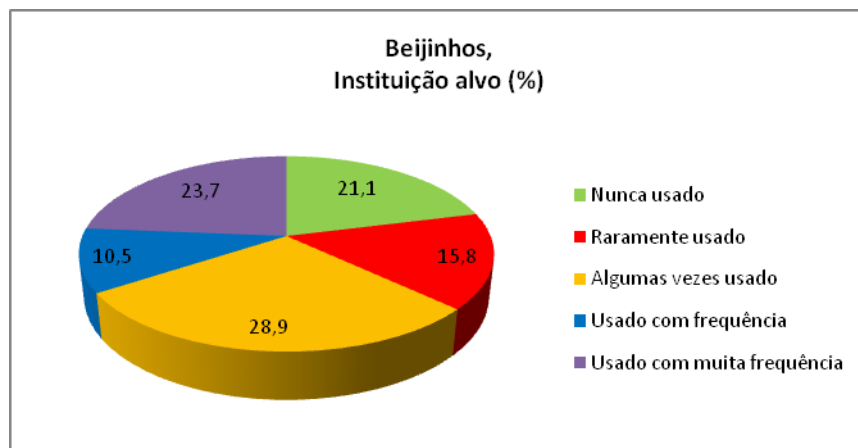


Figura 40: crenças sobre o uso do fecho 'Beijinhos' (instituição alvo).

O fecho *beijinhos* é percebido como usado com frequência por 34,1% dos respondentes da instituição alvo e nenhum participante de outras instituições afirma usar esta forma de fecho com frequência ou muita frequência. O índices de nunca usado entre respondentes de outras instituições e da instituição alvo também destoam 77,8% e 21,1% respectivamente.

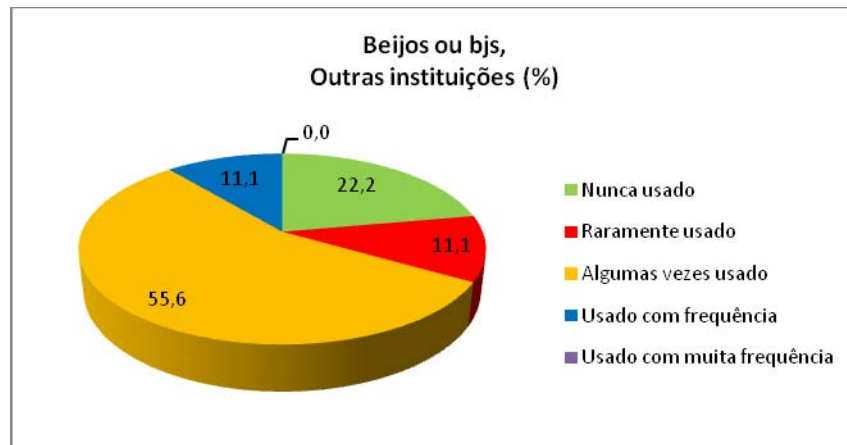


Figura 41: crenças sobre o uso do fecho 'Beijos ou bjs' (outras instituições).

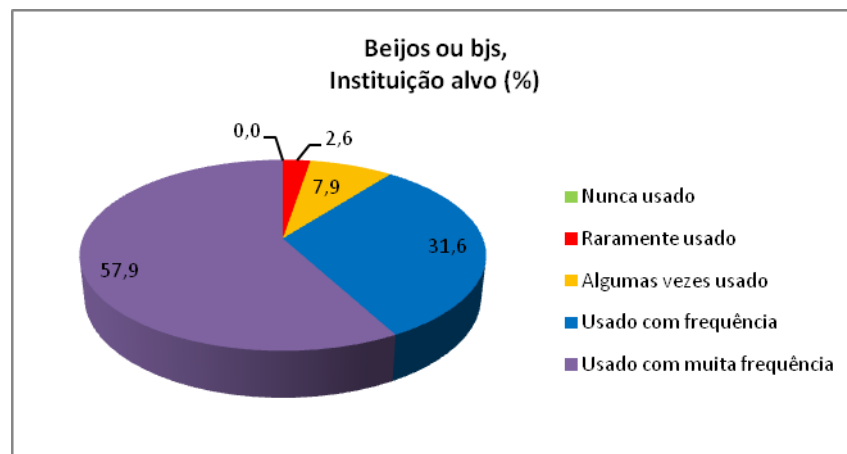


Figura 42: crenças sobre o uso do fecho 'Beijos ou bjs' (instituição alvo).

Todos os participantes da instituição alvo afirmaram usar os fechos *beijos* ou *bjs* e 89,5% deste grupo usa esta forma frequentemente. Apenas 11,1% dos respondentes de outras instituições afirmaram usar esta forma com frequência e 22,2% nunca usam os fechos *beijos* ou *bjs* em trocas de e-mails com seus pares em ambiente corporativo.

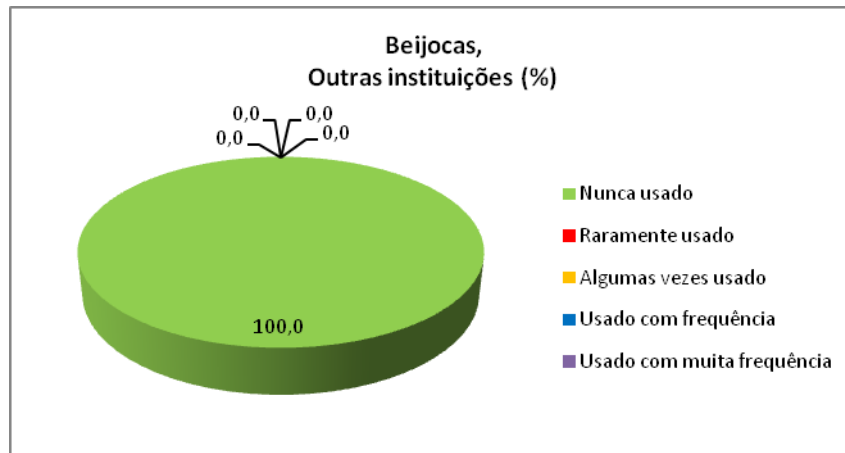


Figura 43: crenças sobre o uso do fecho 'Beijocas' (outras instituições).

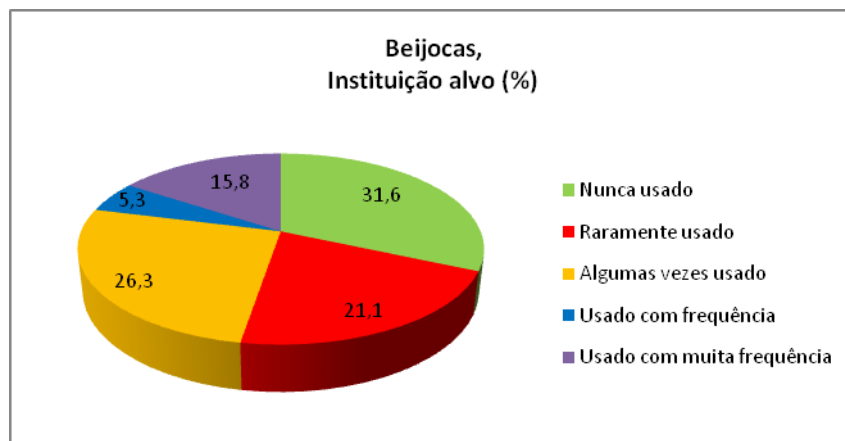


Figura 44: crenças sobre o uso do fecho 'Beijocas' (instituição alvo).

O fecho *beijocas* mostrou a maior diferença de uso entre todos as formas do questionários. Os respondentes de outras instituições afirmam **unanimente** não usarem este fecho em e-mails de trabalho. Entretanto, 68,4% dos respondentes da instituição alvo responderam que usam o fecho *beijocas* em trocas de e-mails com colegas de mesma hierarquia e 21,1% dos participantes afirmam usar este fecho com frequência ou muita frequência.

3.3 As realizações de polidez nas trocas de e-mails: uma análise baseada em corpus

Tendo analisado as saudações e fechos nas trocas de e-mails no corpus estudado, investigaremos agora os quadrigramas (ver revisão da literatura) mais frequentes nos e-mails, isto é, olharemos as sequências de 4 palavras usadas nas mensagens trocadas entre os gerentes da instituição para ver se existem expressões usadas **de forma padronizada**, que podem fornecer um *insight* nas relações entre os participantes do discurso. É para tal, lançaremos mão do modelo de Hyland.

De acordo com a taxonomia de Hyland (2008), os quadrigramas foram classificados, e divididos em três categorias: referentes ao tópico (*topic-oriented*), referentes ao texto (*text-oriented*) e referentes aos participantes (*participant-oriented*), conforme os exemplos abaixo:

Word	Freq.	%	Lemmas
PENSE EM SUA RESPONSABILIDADE	4.928	0,60	
IMPRIMA SOMENTE O NECESSÁRIO	1.318	0,16	
GERENTE FILIAL VILA DA	924	0,11	

Figura 45: Tela do Wordsmith tools mostrando lista de quadrigramas

Quase que a maioria dos quadrigramas tem a ver com tópico. Escrevem-se muito nos e-mails e de forma padronizada sobre os mesmos tópicos; além disso, quem escreve, assina também com o nome do cargo que ocupa. Essas assinaturas e esses assuntos dão margem a quadrigramas que são *topic-oriented*. No entanto, de forma coletiva, os marcadores textuais padronizados são pouquíssimos. Temos dentre os 100 quadrigramas mais frequentes, somente dois orientados para o texto: “*por outro lado a*” e “*apesar dos resultados dos*”. Em termos de padrões que se voltem para os participantes, ou seja, formas padronizadas que mostram que os interlocutores estejam conscientes da presença dos seus pares, alguns desses quadrigramas são os seguintes:

ACHO Q PODERÍAMOS FAZER
 QUAL SERIA O MELHOR
 CASO VOCÊS TENHAM ALGUMA
 VOCÊS PODEM TER A

Se por um lado os quadrigramas acima espelham aquilo que se escreve com frequência e de forma padronizada, há alguns quadrigramas de baixa ocorrência (4 vezes), e estão longe de refletir um padrão coletivo, mas que mostram ainda assim uma consciência de polidez, ainda que numericamente não expressiva. Estas ocorrências podem ser separadas de acordo com as categorias de Grundy (2000), que destaca as realizações de polidez positiva:

Polidez positiva
Escute as necessidades de seu interlocutor
Exagere no interesse/aprovação
Intensifique o interesse
Use marcadores de identidade com o grupo
Procure concordância
Evite discordância
Seja pacífico
Faça brincadeiras/use senso de humor
Deixe claro que você está ciente das necessidades do outro
Ofereça/prometa
Seja otimista
Dê (ou peça) motivos/razões

Quadro 5 – Realizações de polidez positiva (Grundy, 2000).

No caso deste estudo, decidiu-se analisar os quadrigramas que ocorrerem no corpus pelo menos quatro vezes pois acredita-se que as ocorrências abaixo deste ponto de corte mínimo podem ser atribuídas ao acaso ou a idiosincrasias como argumenta Hyland (2008). Selecionamos apenas alguns dos quadrigramas encontrados no corpus e que podem exemplificar a polidez no corpus de estudo. Os resultados são apresentados abaixo e o número de ocorrências de cada quadrigrama é indicado entre parênteses:

ACREDITO QUE QDO CONSOLIDARMOS (5)	}	Otimismo
ACREDITO QUE A APRESENTAÇÃO (8)		
CERTOS DE QUE FAREMOS (7)		

As expressões de otimismo são na realidade semanticamente semelhantes, elas contêm um sintagma verbal completo 'acredito que' mais estruturas que funcionam como objeto

direto, ou o sintagma verbal ‘(estamos) certos de que faremos’ mais as estruturas que funcionam como objeto indireto.

ESTOU NA MESMA SITUAÇÃO (5) } **Evite discordância**

Expressões como “estou na mesma situação” podem ser usadas para estabelecer o mesmo footing (ou alinhamento) em interações, evitando assim uma possível discordância.

POIS SABEMOS QUE VOCÊS (8) } **Deixe claro que você está ciente das**
SABEMOS QUE NÃO VAI (9) } **necessidades do outro**

Estar ciente das necessidades do outro é veiculado através do verbo ‘saber’. Estas frases ocorrem com a frequência de 17 repetições no corpus estudado, em dois sintagmas diferentes.

É IMPORTANTE PARA QUE (12) }
ESTOU COMPLETAMENTE PERDIDO EM (4) } **Dê (ou peça) motivos/razões**
ACHO QUE ESTAMOS DEVENDO (5) }
ACHO QUE NÃO TEREMOS (6) }
ACHO QUE SERIA ELEGANTE (4) }

Justificar a importância de algo como “é importante para que” e “estou completamente perdido” são formas de dar motivos/razões para, por exemplo, fazer um pedido. Os outros motivos dados são “(...) estamos devendo”, “(...) não teremos” e “(...) seria elegante”.

ATÉ AMANHÃ ENVIAREMOS ESSE (4) } **Ofereça / prometa**

A promessa, neste caso, é feita através do verbo “enviaremos” acompanhado de um prazo para o envio.

SE PUDER DIVULGÁ-LO (4)	}	Escute as necessidades de seu interlocutor
ACHO QUE PODE SER (11)		
ACHO QUE SE TODOS (5)		
FIQUEM À VONTADE PARA (5)		
PODEMOS DISCUTIR ISSO NA (10)		
TALVEZ NÃO SE BENEFICIEM (4)		
GOSTARÍAMOS DE SABER SE (9)		
DE SUGERIR UMA PRÁTICA (5)		
SERIA O MELHOR HORÁRIO (6)		
SERIA O MELHOR LOCAL (4)		
SERIA POSSÍVEL MARCAR A (4)		
VOCÊS GOSTARIAM DE PARTICIPAR (10)		
QUERIA SABER SE VOCÊS (12)		
QUAL SERIA O MELHOR (6)		
VOCÊS TOPARIAM DIVIDIR COMIGO (4)		
CASO VOCÊS QUEIRAM E (4)		

O sintagma verbal “acho que” é um mitigador (hedge) e quando o mesmo é usado em uma expressão como “acho que se todos”, o enunciador evita impor sua opinião de forma direta sobre os outros participantes da interação e respeito pela opinião/necessidade de todos. Outras formas que sinalizam uma postura dialógica são os sintagmas “fiquem à vontade para” e “se puder divulgá-lo”. Os quadrigramas acima também sinalizam diversas formas consultivas não congruentes como, por exemplo, “queria saber se vocês”, “seria possível marcar” e “gostaríamos de saber se”, todas marcadas por verbos no futuro do pretérito.

SERIA EXTREMAMENTE INTERESSANTE PARA (4)	}	Exagere no interesse/aprovação
--	---	---------------------------------------

O exagero no interesse é caracterizado pelo advérbio “extremamente” como maximizador. Segundo Monnerat (2006) “Os *maximizadores* indicam o mais alto grau, são superlativos, geralmente sinalizam para uma leitura hiperbólica.

Neste capítulo, analisamos as relações de polidez e as ameaças à face em trocas de e-mails em um ambiente corporativo. Primeiramente, analisamos algumas “correntes” de trocas de e-mails entre gerentes e aspectos como as mudanças de *footing* e enquadre, o uso de modificadores e o uso de pistas não linguísticas como os emoticons. Em seguida, foi feita uma análise das formas de saudações e fechos no corpus de estudo e a importância dos mesmos para a polidez nas mensagens eletrônicas. Por fim, olhamos a fraseologia usada nas interações do corpus de estudo e de que forma as mesmas podem representar realizações de polidez no discurso dos gerentes da instituição estudada. Na próxima seção, faremos uma avaliação final deste estudo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais apresentadas nesta seção fazem um fecho da presente pesquisa, que teve como título “A polidez e a preservação de face em trocas de e-mails entre gerentes e sua relação com a cultura organizacional”. O estudo de caso teve como foco as relações de polidez nas trocas de e-mails de um grupo de gerentes de uma instituição privada, cuja atividade fim é a área de ensino. Apesar de o estudo da comunicação gerencial ser cada vez mais central na área de comunicação empresarial hoje e a troca de e-mails entre gerentes ter sido explorada em trabalhos acadêmicos, a troca de mensagens eletrônicas entre gerentes de uma organização cuja atividade fim é a educação é um tema ainda pouco explorado, especialmente no Brasil.

Conforme mencionado na Introdução, o advento da Internet propiciou novas formas de comunicação nas organizações. Uma das mais importantes formas de Comunicação Mediada pelo Computador é o e-mail, que interconecta as diversas pessoas e departamentos das empresas. Justificou-se também o papel da polidez linguística nas relações sociais em ambiente corporativo e a importância da mesma para manter, construir ou ratificar uma cultura organizacional.

Com o propósito de investigar os diversos mecanismos de proteção de face e polidez no corpus estudado, foram integradas à Pragmática (Goffman, 1998; Brown e Levinson, 1987; Gumperz, 1982; entre outros), alguns conceitos-chave sobre gênero, contexto e classificações de agrupamentos lexicais advindos da Linguística Sistêmico-Funcional (Halliday, 1985; Halliday e Hasan, 1989; Hyland, 2008; entre outros), e outras ferramentas analíticas tais como corpus digitalizado, n-gramas, concordâncias, colocados e frequência como representação do coletivo, oriundos da Linguística de Corpus (Berber Sardinha, 2000, 2004; Scott & Tribble, 2006; Biber et al., 1999; entre outros).

A avaliação, especialmente o engajamento, tem atraído a atenção das pessoas que trabalham na pragmática por algum tempo. Peter White em seu capítulo sobre o envolvimento no "manual de pragmática" atesta esse interesse. O que chamamos de engajamento, a pragmática vê sob os nomes de orientação, proteção, negação, modalidade, polidez, e assim por diante. Muitos analistas do discurso consideram a avaliação de fácil utilização, uma vez que a mesma estabelece categorias que permitem olhar para estes mesmos elementos da semântica do discurso de outra perspectiva.⁵²

⁵² Comunicação pessoal Lexie Don.

Nesta seção final, faz-se necessária a retomada das questões de pesquisa que nortearam este trabalho, a saber:

- a) Quais as estratégias de proteção de face adotadas pelos gerentes em mesmo nível hierárquico nas trocas de e-mails analisadas?
- b) Quais as relações de polidez adotadas entre superiores e subordinados e vice-versa?
- c) De que forma essas relações contribuem para a manutenção de uma cultura organizacional?
- d) Existem padrões lexicais que evidenciam, coletivamente, a polidez no discurso do grupo estudado?

A fim de responder estas questões de pesquisa, o estudo foi dividido em três etapas principais. A primeira etapa da pesquisa consistiu em uma análise interpretativista de três trocas de e-mails entre gerentes da instituição alvo na qual foram analisadas as diversas pistas de contextualização, estratégias de polidez e mecanismos de proteção de face presentes nas interações. A segunda etapa consistiu na análise quantitativa das principais saudações e fechamentos nos e-mails do corpus de estudo. Esta análise também envolveu uma pesquisa sobre as crenças sobre o uso de saudações e fechamentos em e-mails corporativos, assim como um estudo contrastivo considerando as crenças de funcionários de outras instituições sobre o mesmo assunto. A terceira e última etapa foi uma análise dos quadrigramas extraídos do corpus de estudo e que podem sinalizar estratégias coletivas de polidez positiva.

Com relação à primeira pergunta, torna-se necessário voltar à pesquisa de Kong 2006 *apud* Bargiela-Chiappini, 2009 que indica haver uma tendência maior de uso de estratégias de polidez em relações assimétricas de poder, ou seja, quando o destinatário de uma mensagem está em nível hierárquico diferente são usadas mais estratégias de polidez do que quando as relações de poder são iguais. Isto é válido para relações entre superior para subordinado e vice-versa. Dessa forma, quando as relações de poder são iguais, segundo o autor, os interactantes tendem a usar menos estratégias de polidez. A análise qualitativa do corpus de estudo constatou que, mesmo quando as trocas de mensagens acontecem entre pares em mesmo nível hierárquico, os gerentes tendem a usar diversas estratégias de polidez positiva como os modificadores externos mencionados na análise dos dados, como os tipos abaixo:

Disarmers - “ me desculpem agir como advogada do diabo mas(...)”;

Grounders - “agora é com a gente. O filme estréia no dia (...)”

Expanders - “*vamos nos falando...*”

Outra estratégia de polidez usada entre os gerentes da instituição alvo em **mesmo** nível hierárquico parecem ser são as saudações e os fechos dos e-mails. Conforme mencionado anteriormente, Waldvogel (2007) em seu estudo intitulado *Closings and Greetings in Workplace E-mail* afirma que as saudações e despedidas oferecem fórmulas para aliviar a tensão criada para a face nos começos e fins de interações.

A lista de palavras extraída do corpus de estudo mostra que saudações como *amigos*, *meninos e meninas* e *queridos* são frequentemente usadas nas mensagens estudadas. Os manuais de redação consultados e as diversas referências encontradas na Internet (ver análise de dados) não mencionam estas formas de saudações como apropriadas para mensagens em corporativas. Portanto, isto pode ser uma forma característica de tratamento do grupo estudado, que, independentemente do nível hierárquico, tende a usar essas saudações com alta frequência. De acordo com psicólogo social americano Schein (2004, p. 112), para funcionar como um grupo, os indivíduos que trabalham juntos devem estabelecer um sistema de comunicação e uma linguagem que permita a interpretação do que está acontecendo, visto que “se os membros de um grupo não conseguem se comunicar e entender uns aos outros, um grupo é impossível por definição”⁵³.

De acordo com a pesquisa sobre as crenças em relação ao uso de algumas saudações e fechos comuns no corpus de estudo, o grupo da instituição alvo apresentou diversas peculiaridades quando comparado com as crenças sobre o uso de saudações e fechos realizada com gestores de outras instituições. O fecho *beijocas*, por exemplo, que não é encontrado em nenhum dos manuais de redação empresarial ou sites da internet pesquisados, é usado, com alguma frequência, por 68,4% dos participantes da instituição alvo enquanto 100% dos gestores de outras empresas que responderam ao questionário afirmaram nunca fazerem uso do referido fecho em e-mails entre colegas de trabalho em mesma hierarquia. De acordo com o dicionário Houaiss (2009), *beijocas* quer dizer: 1) beijo leve ; 2) beijo que faz ruído, beijo estalado. No entanto, em termos de uso no dia a dia, parece que o significado dicionarizado não se aplica. Vemos através das concordâncias obtidas através da web em <http://www.webcorp.org.uk/cgi-bin/webcorp2.nm> (Anexo E) que ‘beijocas’, no plural, tem ‘colocados’ como doce, meiga, big, mil, imensas e que o termo é usado, via de regra por mulheres (ver as assinaturas de Debora, Paty, etc) e com a finalidade de parabenizar. A alta

⁵³Tradução minha para: If members cannot communicate with and understand each other, a group is impossible by definition.

freqüência de uso deste tipo de fecho no corpus de estudo pode estar relacionada ao fato de a grande maioria do grupo de gerentes da instituição ser formado por mulheres e a prática estar sendo adotada pelo coletivo, isto é institucionalizada.

No que diz respeito à segunda pergunta de pesquisa, as análises realizadas evidenciam que são várias as estratégias de polidez adotadas entre os interactantes em mesmo nível hierárquico mas também em níveis hierárquicos diferentes. Primeiramente, podemos perceber o alinhamento no discurso (*footing*) estabelecido nas trocas de e-mails 1 quando uma GU afirma estar ficando em pânico, e outra GU, em níveis hierárquicos iguais, responde:

Se você ficar em panico nem sei como fico....

O meu quadro é o seguinte e PIOR do que o seu!!!

Mesmo quando há uma mudança de enquadre (troca de e-mails 1 da análise), a Gerência Central, hierarquicamente superior a todos os gerentes, tem o cuidado de usar recursos linguísticos como *atenuadores e mensagens de otimismo (tenho fé)* que são marcas de polidez positiva (Grundy, 2000). A análise dos gráficos com as saudações e fechos usados pelo grupo também evidenciam formas peculiares de os gerentes iniciarem e encerrarem suas mensagens eletrônicas. Outra marca de polidez positiva é o uso de formas não congruentes para fazer pedidos ou sugestões como na troca de e-mails 4 da seção de análise. Os atenuadores e mitigadores “acho que” e “acredito que” presentes nos quadrigramas extraídos do corpus também podem ser consideradas marcas de estratégias de polidez positiva usadas coletivamente pelo grupo.

Para responder a terceira pergunta “Quais as relações de polidez adotadas entre superiores e subordinados e vice-versa?”, recorreremos inicialmente à definição de Schien (2004, p. 226):

As Organizações não são formadas acidentalmente ou de forma espontânea mas são orientadas por objetivos. Elas têm um objetivo específico, e são criadas porque um ou mais indivíduos que percebem que a ação coordenada de um número de pessoas pode realizar algo que a ação individual não pode.

Dessa forma, a cultura organizacional é vista como uma construção coletiva. Nas trocas de e-mails analisadas pode-se perceber que diversas estratégias de polidez positiva são adotadas pelos participantes das interações, **independentemente** de diferenças hierárquicas. Na troca de e-mails 3 no capítulo de análise, por exemplo, observa-se que a Diretoria, que ocupa posição hierárquica superior aos Gerentes de Unidades, utiliza formas não-congruentes para expressar, por exemplo, a necessidade de que todos os gerentes estejam presentes em

uma determinada reunião. Isto está de acordo com a pesquisa de Kong (2006 *apud* Bargiela-Chiappini, 2009), mencionada na introdução deste estudo.

O conceito de face negativa, que está relacionado ao **respeito** ao território do outro, é ligado, segundo Daher (2005 *apud* Ferreira, 2009, p. 6) “ao desejo de uma pessoa em não sofrer imposição, de ter sua liberdade de ação desimpedida e seu território íntimo preservado”. Nesse contexto, mencionamos na seção revisão da literatura que um dos pilares da missão da instituição alvo é o **Respeito aos funcionários**. As análises dos quadrigramas das interações entre os participantes das trocas de e-mails no corpus de estudo mostram que estratégias de polidez positiva tais como *evitar discordância, dar motivos e escutar as necessidades do outro*, entre outras, são formas de ratificar a missão da empresa. Conclui-se, então, que a polidez positiva e os mecanismos de proteção de face nas trocas de e-mails analisadas, contribuem para a formação e/ou manutenção de uma cultura organizacional. Waldvogel (2009)⁵⁴ diz que: “ Pesquisas dão suporte à noção de que os locais de trabalho tendem a desenvolver estilos originais de e-mails, refletindo as diferenças culturais organizacionais”.

Esta cultura organizacional pode estar presente tanto na linguagem dos e-mails dos gerentes em mesma posição hierárquica quanto na de seus superiores hierarquicamente na instituição. Na análise do corpus de estudo, percebe-se que, de forma geral, as relações de polidez permeiam a maioria das trocas de e-mails, independentemente das hierarquias.

A **quarta e última pergunta de pesquisa** pode ser respondida pela análise dos quadrigramas extraídos das interações segundo as categorias de Hyland. Os quadrigramas sinalizam que os participantes das trocas de e-mails do corpus de estudo tende, coletivamente, a usar padrões lexicais como, por exemplo, “qual seria o melhor”, “vocês topariam dividir” e “caso vocês queiram e” para escutar as necessidades do outro. Os padrões aqui mencionados e os outros listados na seção de análise dos dados são exemplos dos padrões lexicais para polidez positiva usados pelo grupo.

Conclui-se que a polidez e as estratégias de proteção de face são parte da cultura organizacional da empresa. Segundo Goffman (1967 *apud* Schiffrin, 1994) “o *self* é uma construção social ou, mais especificamente, uma construção interativa” e uma forma de visão sobre o *self* como uma construção social é a noção de “face”. Assim, os mecanismos de

⁵⁴ Tradução minha para: Research supports the notion that workplaces tend to develop their own unique email style, reflecting organizational cultural differences.

proteção de face nas interações analisadas estudo podem ser vistos como constituintes do self dos participantes das trocas de e-mails da instituição.

Apesar da relação entre a linguagem usada nos e-mails estudados e o gênero dos participantes não ter sido o foco do presente estudo, o uso de saudações como *amiguinhos* e fechos como *beijinhos*, por exemplo, e as estratégias de polidez usadas pelo grupo podem estar relacionados, em parte, ao fato de a grande maioria do corpo gerencial da instituição alvo ser composto por mulheres. O uso das saudações que caracterizam o grupo estudado tornou-se saliente no contraste feito nas análises dos questionários realizados com gerentes da instituição alvo (composto por cerca de 90% de mulheres e 10% de homens) e gestores de outras instituições (composto por 60% de homens e 40% de mulheres). As estratégias de polidez observadas também podem ser justificadas pelo que afirma Tannen (1990)⁵⁵: “ Para os homens, a conversa é a maneira de exercer o seu status no grupo e impedir que as pessoas o conduzam; a conversa para preservar sua independência. As mulheres, por outro lado, usam a conversa para negociar proximidade e intimidade.”

4.1 Limitações da pesquisa e sugestão para futuros estudos

Esta pesquisa não é conclusiva e apresenta algumas restrições que podem ser investigadas em estudos futuros. A primeira restrição, devido ao próprio escopo da pesquisa, refere-se ao fato de o estudo ter tido como foco na cultura da organização, as mensagens foram estudadas coletivamente, e não terem sido considerados os gêneros (masculino e feminino) e idades dos participantes nas análises feitas. Estes fatores poderiam tornar as análises e os resultados mais acurados.

Um segundo aspecto a ser explorado no corpus de estudo seria uma catalogação das estratégias de polidez e proteção de face usadas de acordo com o contexto em que as trocas de mensagens acontecem. Por exemplo, em situações de resolução de conflitos, que mecanismos de proteção de face são adotados pelos atores das interações? Quais estratégias de polidez são usadas em situações de crise na instituição? Será que as mesmas estratégias em pedidos de ajuda e agradecimento são mantidas mesmo quando há uma situação de crise ou conflito?

Outra possibilidade de expansão dessa pesquisa seria um estudo comparativo com mensagens trocadas entre gerentes de outras instituições, com características e valores

⁵⁵ "For males, conversation is the way you negotiate your status in the group and keep people from pushing you around; you use talk to preserve your independence. Females, on the other hand, use conversation to negotiate closeness and intimacy".

similares ao da instituição estudada. Esta comparação poderia iluminar ainda mais as relações de polidez e a cultura organizacional característica da instituição alvo.

4.2 Contribuições da pesquisa

O acesso a dados institucionais como os e-mails usados no presente estudo não costumam ser fáceis e talvez este seja o motivo pelo qual há poucos trabalhos sobre o assunto publicados. Espera-se que esta pesquisa possa contribuir para os estudos sobre a polidez lingüística em e-mails e a cultura organizacional.

Dado o crescente uso da Internet e do e-mail como a principal forma de comunicação nas empresas, usando linguagem natural, com exemplos reais, ao invés de sentenças separadas, esta pesquisa pode representar uma contribuição para os estudos da Pragmática. As análises realizadas através de ferramentas computacionais que permitem a análise de uma grande quantidade de dados, já usadas na escrita de dicionários e materiais didáticos, também podem ser utilizadas para o desenvolvimento de cursos de formação de gestores, tendo em vista a importância da polidez na comunicação empresarial, mostrando aquilo que é considerado como 'invisível', não tangível, que é a cultura organizacional.

REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, C. *As Universidades Corporativas no Contexto do Ensino Superior*. 2001. Tese (Doutorado em Economia, Administração e Contabilidade) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- ALSOP, R. How to get hired: We asked recruiters what M.B.A. graduates are doing wrong. Ignore their advice at your peril. *Wall Street Journal*, 22 September, 2004.
- BARGIELA-CHIAPPINI, F. et al. *Business Discourse*. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2007.
- BARGIELA-CHIAPPINI, F. *The Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University Press, Nottingham Trent University, 2009.
- BAZERMAN, C. *The life of the genre, the life in the classroom*. In: BISHOP, W. 1997.
- BAZERMAN, C. Systems of Genres and the Enactment of Social Intentions. In: FREEDMAN, A.; MEDWAY, P. (Org). *Genre and the New Rhetoric*. London: Taylor & Francis, 1994.
- BIBER, D. et al. *Corpus linguistics – Investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- BROWN, P.; LEVINSON, S. C. *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Crystal, D. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- DANTAS, R. A. *Pedidos de ajuda em lista de discussão acadêmica - uma análise de gênero*. 2006. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal Fluminense, 2006.
- DUFF, P. *Research approaches in applied linguistics*. In: KAPLAN, R. A. (Ed.). *The Oxford handbook of applied linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 2002. p. 13-23.,
- EVA, A. S.; SAFONT-JORDÀ, M. P.; MARTINEZ-FLOR, A. "Towards a typology of modifiers for the speech act of requesting: A socio-pragmatic approach". *RAEL: Revista Electrónica de Lingüística Aplicada*, v. 4, 2005.
- FAIRHURST, G. T.; COOREN, F. Organizational language in use: Interaction analysis, conversation analysis and speech act schematics. In: GRANT, D., HARDY, C.; OSWICK, C.; PUTNAM, L. (Ed.). *The Sage Handbook of Organizational Discourse*. London: Sage. 2004. p. 131-152.
- FERREIRA, M. C. Campos Léxico-semânticos e o Ensino de Vocabulário de Segunda Língua. *Prolíngua*, João Pessoa, v. 2, p. 38-47, 2009.
- GEROT, L.; WIGNELL, P. *Making sense of Functional Grammar: an introductory workbook*. Cammeray, NSW: Antipodean Educational Enterprises, 1994. 258 p.
- GODOI, E.; RIBEIRO, A. A contribuição das ciências da linguagem para o estudo da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). *Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 2, p. 159-188.

- GOFFMAN, E. "A situação negligenciada". In: RIBEIRO, B.T.; GARCEZ, P.M. (Org.). *Sociolinguística interacional: antropologia, lingüística e sociologia em análise do discurso*. Porto Alegre: AGE, 1998. p.11-15.
- GOFFMAN, E. "Footing". *Semiotica*, v. 25, n. 1/2, p.1-29. 1979.
- GRANT, D. et al. Organizational discourse: Of diversity, dichotomy, and multi-disciplinarity. In: GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. (Ed.). *Discourse and organization*. London: Sage, 1998. p. 1-13.
- GREEN, G. M. How to Get People to Do Things with Words. In: COLE, P.; MORGAN, J. L. (Ed.). *Syntax and Semantics*. New York: Academic Press, 1975. v. 3, p. 107-141.
- GRUNDY, P. *Doing Pragmatics*. 2nd ed. London: Edward Arnold, 2000.
- GUMPERZ, J. J. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- HALLIDAY, M.A.K.; HASAN, R. (Ed.). *Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. 2nd ed. Geelong, Vic: Deakin University Press; Oxford: OUP, 1989.
- HALLIDAY, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold, 1985.
- HASAN, R. The texture of a text. In: HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. (Org.). *Language, Context, and Text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press, 1985. p. 70-109.
- HASSAL, T. J. Modifying requests in a second language. *International Review of Applied Linguistics*, v. 39, p. 259-283, 2001.
- HERRING, S. C. *Computer-mediated discourse*. In: SCHIFFRIN, D.; TANNEN, D.; HAMILTON, H. (Ed.). *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers, 2001. p. 612-634.
- HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. São Paulo: Editora Objetiva, 2009.
- HUNSTON, S. *Corpora in Applied Linguistics*. Cambridge: CUP, 2002.
- HYLAND, K. *Hedging in Scientific Research Articles*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins Publishing, 1998.
- _____. *As can be seen: lexical bundles and disciplinary variation*. Science Direct, 2008. p. 4-21.
- JOHNSTONE, B. *Discourse analysis*. Oxford: Blackwell, 2002.
- KOIKE, D. A. Requests and the role of deixis in politeness. *Journal of Pragmatics*, v. 13, p. 187-202, 1987.
- LARUCCIA, M. M. *A Missão Empresarial*. 2007. Disponível em: <<http://www.maurolaruccia.adm.br/artigos/missao.pdf>> Acesso em: 11 mar. 2011.

- LEECH, G. The state of the art in corpus linguistics. In: AIJMER, K.; ALTENBERG, B. (Org.). *English corpus linguistics – Studies in honour of Jan Svartvik*. London: Longman, 1991.
- LEECH, G. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1983.
- MANUAL DE REDAÇÃO. Folha de São Paulo. São Paulo: Empresa Folha da Manhã, 2010.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p.13-67.
- MEDEIROS, J. B. *Redação Empresarial*. 7. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- MOITA LOPES, L.P. A construção do gênero e do letramento na escola: como um tipo de conhecimento gera o outro. *Investigações Lingüística e Teoria Literária*, v. 17, n. 2, p. 47-68, 2005.
- MONNERAT, R. S. M. . A categoria do advérbio no discurso da publicidade - a interface gramática e discurso. *Cadernos do CNLF (CiFEFil)*, Rio de Janeiro, v. IX, n. 11, p. 9-22, 2006. Disponível em: <www.filologia.org.br/ixcnlf/11/01.htm>
- NATTINGER, J. R.; DECARRICO, J. *Lexical Phrases and Language Teaching*. Oxford: OUP, 1992.
- NWOYE, O. G. Linguistics politeness and socio-cultural variations of the notion of face. *Journal of Pragmatics*, n. 18, p. 309-328, mar. 1992.
- OLIVEIRA, L. P. Brazil (Part Four:Localized perspectives). In: Fancesca Bargiela-Chiappini, Nottingham Trent University (Org.). *The Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. v. , p. 400-419.
- OSTROM, H. *Genre writing: issues arguments alternatives*. Edwardsville: Southren Illinois University Press, 2005. p. 19-26.
- PAIVA, V. L. M. O.; RODRIGUES J.; ADAIL, S. O footing do moderador em fóruns educacionais. In: ARAÚJO, J. L. (Org.). *Internet & Ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna. No prelo. Disponível em: <<http://www.veramenezes.com/moderador.pdf> acesso em 21 de novembro 2010>
- PERCY, C. E. et al (Org.). *Synchronic Corpus Linguistics – Papers from the sixteenth International Conference on English Language and Research on Computerized Corpora (ICAME 16)*. Amsterdam/ Atlanta,GA: Rodipi, 1996.
- PILEGAARD, M. Politeness in written business discourse: A textlinguistic perspective on requests. *Journal of Pragmatics*, v. 28, n. 2, p. 223-244, 1997.
- PORTO, C B. “Pessoal e oficial ao mesmo tempo”: espaços limítrofes no ambiente de trabalho na sociedade brasileira e o ensino de português como segunda língua para estrangeiros”. 2006. 111p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006.

- PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. *Manual de redação da Presidência da República*. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Presidência da República, 2002.
- PUENTE-PALACIOS, K. E. Abordagens teóricas e dimensões empíricas do conceito de clima organizacional. *Revista de Administração — RAUSP*, v. 37, p. 96-104, 2002.
- RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. (Org.). *Sociolinguística Interacional*. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002.
- ROBBINS, S. P. *Comportamento organizacional*. 8. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2009.
- JORDÀ, M. P. *Third Language Learners: Pragmatic Production and Awareness*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005. (Second Language Acquisition, 12).
- SANTOS, J. V ; GONÇALVES, G. A cultura organizacional: O impacto visível de uma dimensão invisível. *Psico*, Porto Alegre, v. 41, n. 3, p. 393-398, jul./set. 2010. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/viewFile/8167/5861> Acesso em: 3 jan. 2011.
- SARDINHA, A. B. Lingüística de Corpus: Histórico e Problemática. *D.E.L.T.A.*, v. 16, n. 2, p. 323-367, 2000.
- _____. Corpora eletrônicos na pesquisa em tradução. *Cadernos de Tradução*, v. 1, n.29, 2002. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/traducao/article/view/5980/5684> . Acesso em: 10 jan. 2009.
- _____. *Using KeyWords in text analysis: Practical aspects*. DIRECT Papers, 42, 1999.
- SCHEIN, E. H. *Organizational Culture and Leadership*. 3rd ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2004.
- SCHIFFRIN, D. *Approaches to discourse*. Oxford: Basil Blackwell Press, 1994.
- SCOTT, M. *WordSmith Tools Version 3.0*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- SCOTT, M.; TRIBBLE, C. *Textual Patterns: key words and corpus analysis in language education*. Amsterdam, Holanda: John Benjamins, 2006.
- SIFINAU, M. *Politeness Phenomena in England and Greece. A Cross Cultural Perspective*. Oxford: OUP, 1999.
- SIMIONI L, SILVA M. C. *Professional Online Discussion Forums in English: A Corpus-Driven Study of Native and Non-native Discourse*. 2009. 42f. Monografia (Pós-Graduação em Linguística Aplicada) - Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- SINCLAIR, J. *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford: Oxford University Press, 1991.

STRECKER, I. Cultural Variations in the Concept of Face. *Multilingua*, v. 12, p. 119-41, 1993.

SWALES, J. *Research genres: Exploration and applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

TANNEN, D. *You just don't understand: Women and men in conversation*. New York: William Morrow, 1990.

THOMPSON, G. *Introducing functional grammar*. London: Hodder Education, 1996.

WALDVOGEL, J. Greetings and closings in workplace email. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 12, n. 2, article 6, 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue2/waldvogel.html>

WINE, L. Towards a Deeper Understanding of Framing, Footing, and Alignment. Working Papers. In: TESOL & Applied Linguistics, 8, 2008. Disponível em: <http://journals.tc-library.org/index.php/tesol/article/view/428/272>. Acesso em: 6 jan 2011.

YATES, J.; Orlikowski, W. J. Genre Systems: Structuring Interaction through Communicative Norms. *The Journal of Business Communication*, v. 39, n. 1, p. 13-35, 2002.

ANEXO A

Fig. 1 - Exemplo de site sobre saudações em e-mails

Ausência de saudação (erros comuns em e-mails) | REGINA GIANNETTI DIAS PEREIRA - Windows Internet Explorer

http://reginagianetti.wordpress.com/2009/10/30/erros-comuns-em-e-mails-ausencia-de-saudacao/

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Google saudações e fechos para e-mails regina gianetti Pesquisar Compartilhar Favoritos Verificar Traduzir Autopreencher

Ausência de saudação (e... x Biblioscape - bibliography sof...

Banco do Espírito Santo, entre outras

LISTA DE BLOGS

- [Academia do Palestrante](#) Veja no site da Academia o calendário de meus cursos abertos e a descrição dos treinamentos in company
- [Agape do Brasil](#) Banco de palestrantes que agencia meus treinamentos e palestras in company

Olá, Fulano – É uma saudação simples, simpática e versátil: pode ser usada com pessoas que não conhecemos ou com as que são mais próximas, tanto faz.

Prezado ou Caro Fulano – Use esse modo quando você já conhece a pessoa, pois só faz sentido dizer que prezamos a quem conhecemos.

Bom dia/boa tarde/boa noite, Fulano – Fica bem para saudar pessoas com quem temos contato freqüente, como os colegas ou o chefe, e que provavelmente lerão a mensagem pouco depois que a mandarmos. Mesmo que usemos bom dia e o destinatário leia a mensagem à noite, não tem problema: o que conta é o momento em que ela foi escrita.

Oi, Fulano – Modo de tratamento mais informal, indicado para pessoas com quem temos um relacionamento mais próximo.

Agora, uma ressalva. É claro que se trocamos mensagens ao longo do dia com a pessoa, não precisamos ficar o tempo todo dizendo “olá” ou “prezado”. Basta usar a saudação no primeiro contato do dia e, nos e-mails seguintes, usar apenas o vocativo (ou seja, chamar a pessoa pelo nome).

ANEXO B

Fig. 2 - Ilustração sobre emoticons.



ANEXO C

Fig 3 - Tela do site *Survey Monkey* com resultados da pesquisa das crenças sobre o uso de saudações e fechos da instituição alvo e de outras empresas.

Resultados da instituição alvo (1)

PAGINA: QUESTIONARIO PESQUISA MESTRADO

1. Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (saudações) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5):							
	Nunca usado	Raramente usado	Algumas vezes usado	Usado com frequência	Usado com muita frequência	Média de avaliação	Contagem de resp.
Pessoal,	13,9% (5)	11,1% (4)	19,4% (7)	33,3% (12)	22,2% (8)	1,00	36
Caros ...,	13,5% (5)	32,4% (12)	16,2% (6)	32,4% (12)	5,4% (2)	1,00	37
Queridos e/ou Queridas,	10,5% (4)	15,8% (6)	18,4% (7)	28,9% (11)	26,3% (10)	1,00	38
Gente,	37,8% (14)	18,9% (7)	16,2% (6)	21,6% (8)	5,4% (2)	1,00	37
Galera,	77,1% (27)	17,1% (6)	5,7% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,00	35
Prezados,	23,1% (9)	23,1% (9)	25,6% (10)	5,1% (2)	23,1% (9)	1,00	39
Amiguinhos,	69,4% (25)	16,7% (6)	8,3% (3)	5,6% (2)	0,0% (0)	1,00	36
					Outro (especifique)		11

Resultados instituição alvo (2)

2. Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (encerramentos) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5): [Criar gráfico](#) [Baixar](#)

	Nunca usado	Raramente usado	Algumas vezes usado	Usado com frequência	Usado com muita frequência	Média de avaliação	Contagem de resp.
Um abraço ou abs,	0,0% (0)	0,0% (0)	24,3% (9)	24,3% (9)	51,4% (19)	1,00	37
Beijinhos,	21,1% (8)	15,8% (6)	28,9% (11)	10,5% (4)	23,7% (9)	1,00	38
Beijos ou bjs,	0,0% (0)	2,6% (1)	7,9% (3)	31,6% (12)	57,9% (22)	1,00	38
Beijocas,	31,6% (12)	21,1% (8)	26,3% (10)	5,3% (2)	15,8% (6)	1,00	38
Grato (a),	37,8% (14)	24,3% (9)	13,5% (5)	18,9% (7)	5,4% (2)	1,00	37
Atenciosamente,	40,5% (15)	27,0% (10)	13,5% (5)	5,4% (2)	13,5% (5)	1,00	37
					Outro (especifique) Mostrar respostas		3
					questão respondida		39

Resultados de outras empresas (1):

PAGINA: QUESTIONARIO PESQUISA MESTRADO

1. Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (saudações) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5):

 Criar gráfico  Baixar

	Nunca usado	Raramente usado	Algumas vezes usado	Usado com frequência	Usado com muita frequência	Média de avaliação	Contagem de resp.
Pessoal,	0,0% (0)	10,0% (2)	20,0% (4)	35,0% (7)	35,0% (7)	1,00	20
Caros ...,	10,5% (2)	21,1% (4)	31,6% (6)	15,8% (3)	21,1% (4)	1,00	19
Queridos e/ou Queridas,	70,6% (12)	17,6% (3)	11,8% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,00	17
Gente,	50,0% (9)	33,3% (6)	11,1% (2)	5,6% (1)	0,0% (0)	1,00	18
Galera,	61,1% (11)	16,7% (3)	16,7% (3)	5,6% (1)	0,0% (0)	1,00	18
Prezados,	5,0% (1)	10,0% (2)	10,0% (2)	30,0% (6)	45,0% (9)	1,00	20
Amiguinhos,	100,0% (17)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,00	17
					Outro (especifique)		4
					Mostrar respostas		

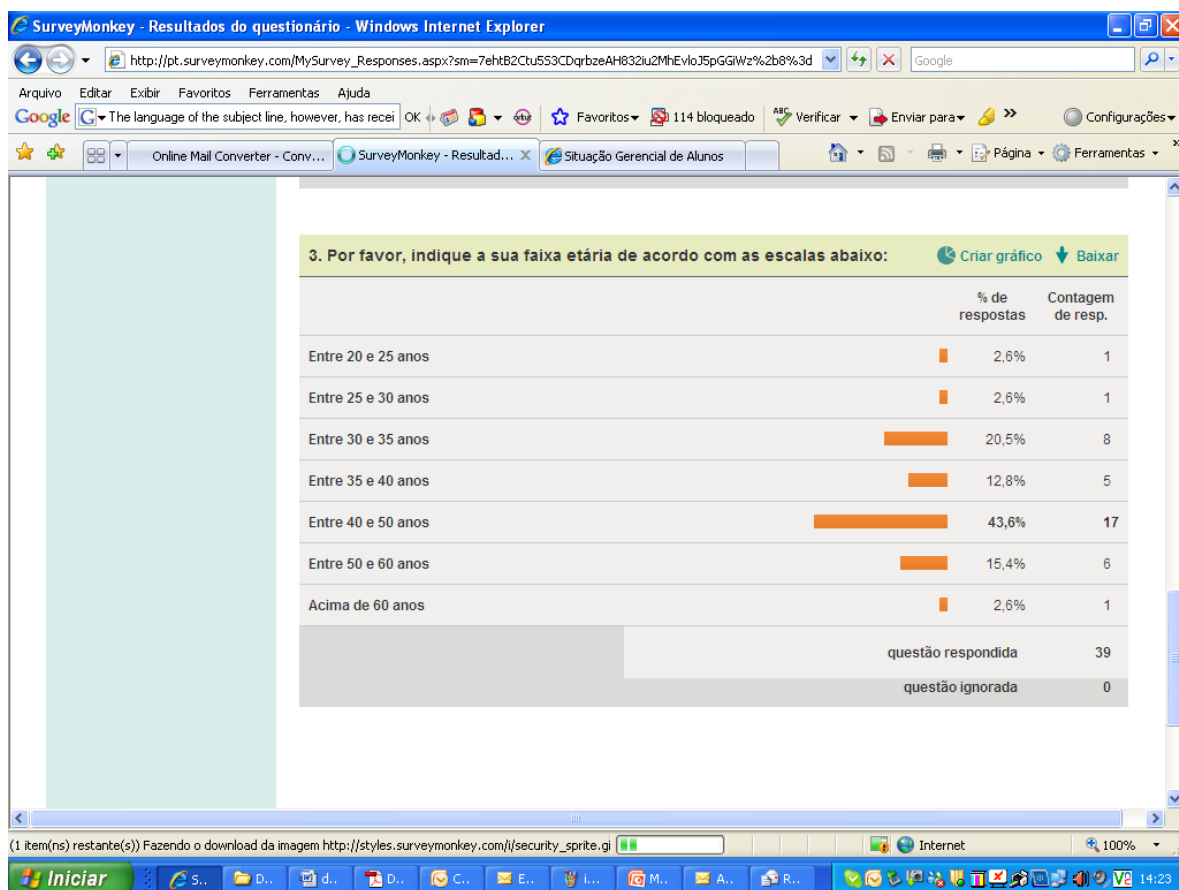
Resultados de outras empresas (2):

2. Considere uma troca de e-mails entre colegas de trabalho de mesma hierarquia. Avalie as formas de tratamento abaixo (encerramentos) marcando as opções apresentadas (de 1 a 5):

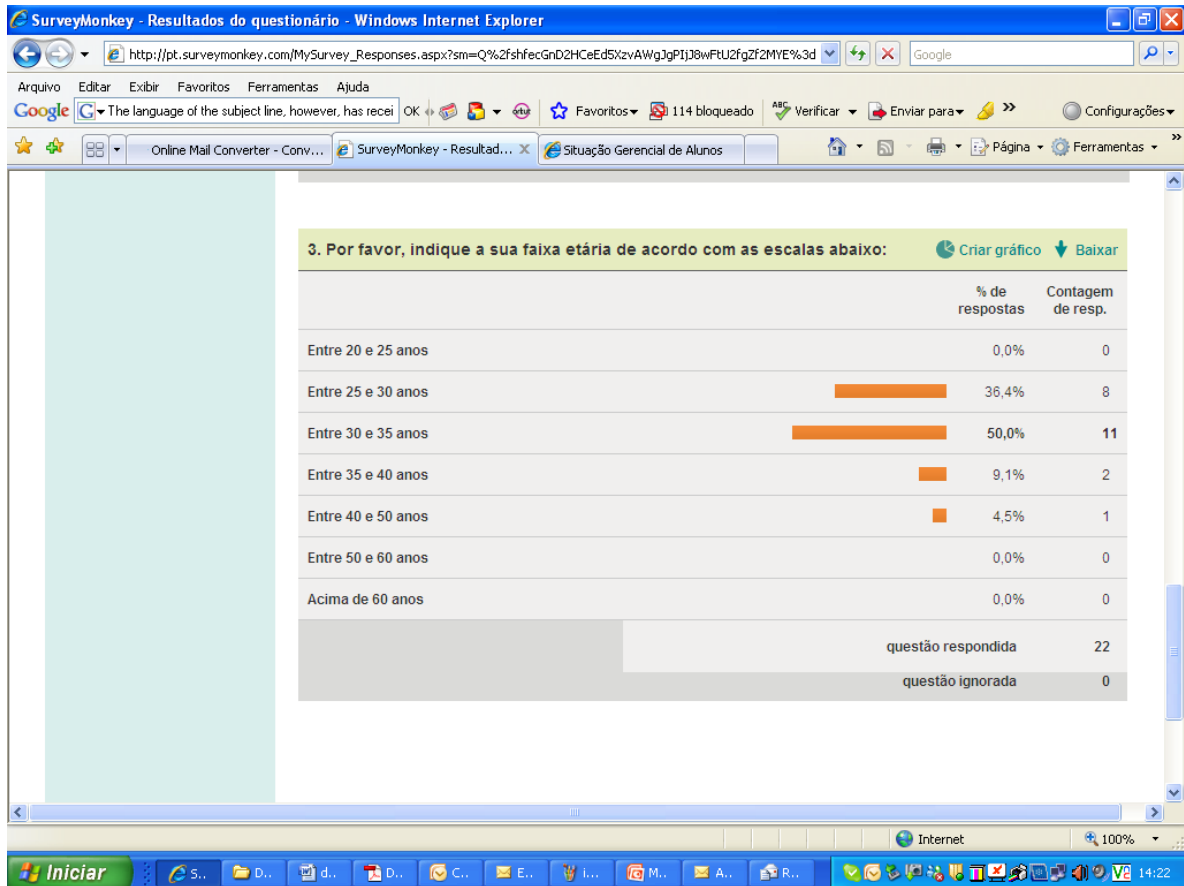
[Criar gráfico](#) [Baixar](#)

	Nunca usado	Raramente usado	Algumas vezes usado	Usado com frequência	Usado com muita frequência	Média de avaliação	Contagem de resp.
Um abraço ou abs,	9,5% (2)	0,0% (0)	9,5% (2)	33,3% (7)	47,6% (10)	1,00	21
Beijinhos,	77,8% (14)	16,7% (3)	5,6% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,00	18
Beijos ou bjs,	22,2% (4)	11,1% (2)	55,6% (10)	11,1% (2)	0,0% (0)	1,00	18
Beijocas,	100,0% (17)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,00	17
Grato (a),	22,2% (4)	16,7% (3)	5,6% (1)	38,9% (7)	16,7% (3)	1,00	18
Atenciosamente,	4,8% (1)	23,8% (5)	4,8% (1)	9,5% (2)	57,1% (12)	1,00	21
					Outro (especifique) Mostrar respostas		2
					questão respondida		22

Respondentes da instituição alvo (idades):



Respondentes de outras empresas (idades):



ANEXO D – Concordâncias para a palavra *Beijocas* obtida em <http://www.webcorp.org.uk/cgi-bin/webcorp2.nm>

dia do Artesão para todas. beijocas Comentários (1): Em 14/02/1974, às
 Todos > Crônicas Texto Beijos, beijinhos, beijocas... Em nossa cultura, desde sempre
 e Peteleos Quero mandar **big beijocas** pro pessoal que me escreveu
 o, David, não mando **beijocas** e sim um peteleco. Ele
 chega mais perto de mim .. **beijocas doce!** *-* Post publicado em 28/08/2010
 de Beleza Previsão Diária (signos) **beijocas meigas** no coração Seja a
 no twitter como exemplo, tã? **beijocas!** Beta M. 17, maio, 2010
 por sinal ficou LINDA!!! adorei! **beijocas** <http://www.mitiaassef.com/meucanto>
 ser sogra dela? aff! hehehe **beijocas e parabens** pelos 3 anos!
 alem de creme vasenol! hahaha **beijocas** Manueli Publicado 04.07.2010 às 17:32
 fofa, Mirella!!! Todas nos arrasamos!!! **beijocas imensas** fmonfrinatti Publicado 01.07.2010
 às
 é linda, fica FACINHO!!! ahahaha **beijocas** fmonfrinatti Publicado 01.07.2010 às 12:44
 em tanto, **te adoro d+.** **beijocas** beijocas beijocas beijocas beijocas beijocas
 beijocas beijocas beijocas beijocas 5. deborah 8/01/2005 -
 beijocas beijocas beijocas **beijocas feliz aniversári!!!** 6.
 sucesso ã todas!!! Saudades. **Mil beijocas,**