

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DE LETRAS
MESTRADO EM LETRAS - LINGUÍSTICA**

Dina Amara Meneses Faria

**ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO EM ENCONTROS DE NEGÓCIOS:
a interface polidez positiva / estilo enfático / *rapport***

Juiz de Fora
2005

Dina Amara Meneses Faria

**ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO EM ENCONTROS DE NEGÓCIOS:
a interface polidez positiva / estilo enfático / *rapport***

Dissertação de Mestrado em Linguística,
apresentada ao programa de Pós-Graduação em
Letras, Instituto de Ciências Humanas e de Letras,
Universidade Federal de Juiz de Fora, área de
concentração Linguística, como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sonia Bittencourt Silveira

Juiz de Fora
2005

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Faria, Dina Amara Meneses.

Estratégias de Envolvimento em Encontros de Negócios : a interface polidez positiva/estilo enfático/rapport / Dina Amara Meneses Faria. -- 2005.

118 p.

Orientadora: Sonia Bittencourt Silveira

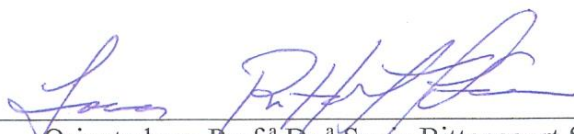
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Letras. Programa de Pós-Graduação em Linguística, 2005.

1. Envolvimento. 2. Encontros de Negócios. 3. Desejos de Face. 4. Trabalhos de Face. 5. Comunicação Fática. I. Silveira, Sonia Bittencourt, orient. II. Título.

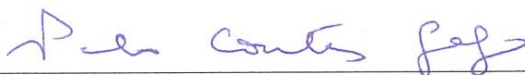
Dina Amara Meneses Faria

**ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO EM ENCONTROS DE NEGÓCIOS:
a interface polidez positiva / estilo enfático / rapport**

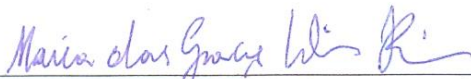
Dissertação submetida à Coordenação dos Cursos de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos do Mestrado em Letras – Linguística, para obtenção do título de Mestre em Letras. Aprovada em 05 de Julho de 2005, pela Banca Examinadora composta por:



Orientadora: Prof.ª Dr.ª Sonia Bittencourt Silveira
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Paulo Cortes Gago
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof.ª Dr.ª Maria das Graças Dias Pereira
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Juiz de Fora
2005

“Metas são necessárias não apenas para nos
motivar. Elas são essenciais para nos manter
vivos.”

Robert H. Schueller

A meus pais, pelo apoio incondicional e por não me permitirem desanimar. Amo muito vocês!

A meus irmãos pela união e carinho. Vocês são muito importantes para mim!

A meu primo Lipe, pelo companheirismo e solidariedade.

A todos os meus amigos que sempre estiveram a meu lado e entenderam minhas ausências. Em especial a Luciana, Ana Paula e Fernanda que muito me ajudaram no desenvolvimento desse trabalho.

AGRADECIMENTOS

A Deus que me proporcionou saúde, perseverança e condições necessárias ao desenvolvimento dessa pesquisa.

À professora Sonia, minha orientadora, pela condução de meus passos e pela compreensão nos momentos difíceis desta caminhada.

Ao professor Fábio Bonfim pelo incentivo e estímulo que foram muito importantes em minha vida acadêmica.

Aos professores do Departamento de Letras da UFJF pelo exemplo e carinho.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação, em especial ao Paulinho, que sempre foram muito atenciosos e prestativos.

Aos amigos de mestrado pelo convívio, conversas e torcida. Foi muito bom conhecer e conviver com vocês.

A CAPES pelo apoio financeiro que me ajudou durante parte do trabalho.

RESUMO

O presente estudo focaliza a análise das estratégias utilizadas pelos participantes para gerar e manter envolvimento em encontros de negócios. A pesquisa é um estudo de caso, de natureza interpretativista e qualitativa, embasada nos pressupostos teóricos da Sociolinguística Interacional. Foram utilizados como corpus dois encontros de negócios gravados em áudio e vídeo: uma compra de matéria prima e um acordo para terceirização de acabamento de material gráfico. Através da interface polidez/estilo enfático/*rapport*, procuramos apontar os sistemas e desejos de face escolhidos pelos participantes em nossos dados e os alinhamentos assumidos por eles na tentativa de gerar envolvimento com o self, com o outro e com a negociação. A análise evidenciou a distinção existente entre os desejos humanos de aceitação e aprovação, verificando que dentre os vários autores estudados, Lim & Bowers (1991) são aqueles que melhor explicam os desejos e trabalhos de face encontrados em nossa pesquisa. Evidenciando, assim, a conseqüente tensão no estabelecimento do limite entre a conversa institucional e comunicação fática. Foi constatado também que, dependendo dos alinhamentos e desejos de face dos falantes, o *rapport* pode ser utilizado apenas para ‘quebrar o gelo’ nas interações transacionais ou ser responsável por uma gama de funções sociais, dentre as quais destacamos a de atender aos desejos de face positiva e a de orientar os papéis sociais dos participantes na relação. Tal constatação contraria a visão de alguns autores que não reconhecem a comunicação fática como importante.

PALAVRAS-CHAVE: Envolvimento. Encontros de Negócios. Desejos de face. Trabalhos de Face. Comunicação Fática.

ABSTRACT

This study focuses on the analysis of the strategies used by participants to create and maintain involvement in business meetings. The research is an interpretive and qualitative case study in nature, based on a theoretical framework of Interactional Sociolinguistics. Two business meetings, recorded on audio and video, were used as a corpus: the purchase of raw materials and an agreement to outsource finishing graphic material. Through the politeness/emphatic style/rapport interface, we sought to point out face-want systems chosen by the participants in our data and the footings they assumed in an attempt to generate engagement with the self, with others and within the negotiation. The analysis demonstrated the distinction between the human desire for acceptance and approval, noting that, among the various authors studied, Lim & Bowers (1991) are those that best explain the face-want and face-work found in our research. Thus, there is consequent tension in establishing the boundary between institutional conversation and phatic communication. Also it was found that, depending on the footing and desires of the speaker to lose or save face, rapport can only be used to “break the ice” in transactional interactions or be responsible for a range of social functions, among which we strive to meet the positive face-want and to guide the social roles of participants in the relationship. This finding contradicts the view of some authors who do not recognize the importance of phatic communication.

KEYWORDS: Involvement. Business Meetings. Face-want. Face-work. Phatic Communication.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. CONTEXTO DA PESQUISA	14
1.1 A metodologia da Pesquisa	14
1.2 Os encontros e seus participantes	15
1.2.1 Os participantes	17
1.2.1.1 Jorge	18
1.2.1.2 Renato	18
1.2.1.3 Manoel	19
2. AS ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO	21
2.1 Face e trabalhos de face	21
2.1.1 A teoria da polidez	23
2.1.2. O modelo de comunicação de Lim & Bowers	29
2.1.3 Scollon e Scollon	33
2.2 Estilos Conversacionais	38
2.2.1 Tendências de Estilo	40
2.2.2 Características de Estilo	41
2.2.3 Estilo como sistema de regras	42
2.2.4 O Estilo enfático	45
2.3 O <i>Rapport</i> como estratégia a de envolvimento	51
2.3.1 O papel de <i>Small Talk</i> no contexto Institucional	57
2.3.1.1 O uso do <i>Small Talk</i> em locais de trabalho	58
3. O USO DE ESTRATÉGIAS DO ENVOLVIMENTO	61
3.1 Os movimentos de trabalho de face em foco: solidariedade X hierarquia	61

3.2 Os movimentos de trabalho de face.....	66
3.2.1 Trabalhos da face do vendedor/ fornecedor de bens e serviços	67
3.2.1.1 A face da camaradagem	67
3.2.1.2 A face da competência	70
3.2.2 O uso do <i>aplomb</i> e da evitação de conflito como estratégias de salvamento de face ..	75
3.3 O <i>rapport</i> em foco	79
CONCLUSÃO	85
BIBLIOGRAFIA	89
ANEXOS	93

INTRODUÇÃO

O termo envolvimento é cotidianamente utilizado por falantes com significados diferentes. Ao mesmo tempo em que dizemos “estou muito envolvida com ele” quando nos referimos a um relacionamento amoroso; dizemos, ao justificar o porquê de não ter ouvido uma pergunta que nos foi feita, “desculpe, é que eu estava envolvida nesta leitura” e, ainda, em ambientes profissionais “precisamos de profissionais mais envolvidos com a política da empresa”.

Como podemos perceber nem sempre o termo envolvimento está relacionado ao afeto, porém, nem sempre é fácil identificar qual sentido está sendo aplicado a esse termo.

No ambiente acadêmico percebemos que essa instabilidade mantém-se. O termo envolvimento é utilizado por vários autores com significados e objetivos diferentes. Algumas vezes o termo é utilizado para designar afeto, em outras é sinal de engajamento, comprometimento. Essas diferenças muitas vezes não são explicitadas e, por isso, podemos definir envolvimento como um conceito delicado que requer melhor investigação.

Tentando evitar interpretações equivocadas, destacamos que o objeto de nossa pesquisa é o envolvimento no sentido utilizado por Gumperz (1982, apud TANNEN, 1984), de comprometimento, engajamento de falantes e ouvintes naquilo que evoca na interação.

Com o objetivo focalizar as estratégias utilizadas pelos participantes para gerar envolvimento interpessoal em encontros de negócios, investigamos como a interface polidez positiva, estilo enfático e *rapport* influencia as escolhas feitas pelos profissionais na interação com seus clientes.

Dessa forma, buscamos descobrir quais as principais estratégias utilizadas por profissionais para criar e manter envolvimento ao ingressarem em uma interação de negócios. Por isso, foram gravados dois encontros transacionais, um deles objetivando a aquisição de matéria prima e um outro tendo como meta negociar a terceirização do acabamento na produção de material gráfico.

Nossos objetivos específicos são de analisar: (a) que sistemas de face são escolhidos pelos participantes de encontros transacionais; (b) quais desejos de face motivam essas escolhas?; (c) qual a influência dos alinhamentos dos participantes nos trabalhos de face utilizados?; (d) qual o reflexo dessas escolhas e alinhamentos na intensidade do uso do *rapport*?

Esperamos, com o presente trabalho, revelar algumas das práticas discursivas que emergem em um encontro de negócios, buscando ampliar o entendimento que se tem dessa atividade de fala e as possíveis consequências dessas práticas, tanto para os linguistas quanto para os profissionais que possuem na negociação uma ferramenta de trabalho.

A pesquisa dessas práticas discursivas, ou estratégias, foi organizada e subdividida em três capítulos que são seguidos das conclusões.

No primeiro capítulo, intitulado **Contexto da pesquisa**, apresentamos a metodologia de pesquisa utilizada e descrição do contexto no qual nossos dados estão inseridos, além da apresentação dos participantes dos encontros gravados e transcritos que serviram de dados para a nossa análise.

No capítulo 2, **As estratégias de envolvimento**, faremos a apresentação dos pressupostos teóricos que serviram de suporte para a presente pesquisa e nos permitiram identificar as estratégias que são utilizadas pelos participantes na construção e manutenção do envolvimento.

No capítulo 3, **O uso estratégico do envolvimento**, faremos uma análise detalhada das estratégias de envolvimento a partir de segmentos extraídos da transcrição dos encontros gravados para compor o nosso corpus.

Finalmente, na **Conclusão**, constatamos como a interface polidez positiva, estilo enfático e *rapport* influencia as escolhas feitas pelos profissionais na interação com seus clientes.

1. CONTEXTO DA PESQUISA

No presente capítulo, será realizada uma exposição da metodologia que sustentou a coleta e o tratamento do corpus, juntamente com uma apresentação dos encontros que o compõem e de seus participantes.

1.1 A metodologia da pesquisa

O presente trabalho filia-se à tradição da pesquisa etnográfica qualitativa. A gravação e tratamento dos dados foram feitos baseados nos estudos de Garcez (1998) e de Erickson (1992).

Foram gravados em áudio e vídeo dois encontros transacionais, um de compra e venda de matéria prima e outro de negociação de terceirização da produção, com duração de 25 (vinte e cinco) minutos cada.

A escolha pelas duas formas de gravação foi baseada na possibilidade de revisitar o evento, estando livre dos limites sequenciais em tempo real, podendo reparar (ERICKSON,1992; GARCEZ,1998) possíveis dúvidas de interpretação. Essa gravação audiovisual foi de excelente ajuda devido à grande utilização de dêiticos e à recorrência de silêncios que ocorrem paralelamente às ações auxiliares não-verbais contextualmente motivadas (GARCEZ, 1998), como uma pausa na fala para a realização de cálculos ou para atendimento a telefonemas que ocorreram no decorrer das gravações.

Dia antes da gravação dos encontros, foram realizadas entrevistas informais entre a pesquisadora e os participantes, com cada um deles em separado, com o objetivo de conhecê-los melhor, entender a relação existentes entre eles e obter permissão para a gravação. Os

mesmos foram avisados de que dados como nomes de empresas e participantes envolvidos seriam trocados para garantir-lhes o direito ao anonimato.

As gravações foram realizadas em janeiro de 2004. Nos dois encontros, a gravação foi marcada anteriormente, iniciada antes que os participantes envolvidos se encontrassem e terminada após finalização do encontro e saída de um deles, garantindo assim que os encontros fossem gravados integralmente.

As transições foram feitas pela pesquisadora com a ajuda da aluna Fernanda Valentim Motta e baseadas nas convenções de transcrições adotadas pelo grupo de pesquisa coordenado pela professora Sonia Bittencourt Silveira na UFJF. Os símbolos são bastante semelhantes àqueles utilizados por Sacks, Schegloff e Jefferson (1974). A transcrição completa dos encontros também foi colocada em anexo, juntamente com as convenções (cf. anexos 2 e 3)

1.2 Os encontros e seus participantes

Foram gravados dois encontros do proprietário de uma firma de apoio visual para empresas. A firma conta com parcerias que possibilitam a venda de vários materiais, dentre eles: embalagens personalizadas, *banners*, *folders*, cartazes, *tags*, etiquetas bordadas e resinadas, cartões de visita etc. O proprietário compra a matéria prima e terceiriza os processos de produção. O primeiro encontro é referente à aquisição de matéria prima: papel e o segundo é a negociação da terceirização do acabamento na produção de *tags*¹.

¹ Etiquetas de papel normalmente afixadas em roupas e produtos descrevendo as formas de conservação, logomarca da firma e mensagens aos clientes. São também muito utilizadas para marcação do preço dos produtos; visto que, segundo o código de defesa do consumidor, os produtos à venda devem conter o preço nas peças. São impressos em uma folha contendo os vários *tags* de vários clientes, o que é chamado de forma.

A escolha dos encontros foi motivada pelo conhecimento da referida firma, dos processos envolvidos na produção e do vocabulário técnico utilizado no setor gráfico, devido ao fato da pesquisadora ter trabalhado como profissional autônoma por cinco anos nessa área, durante a faculdade e início do mestrado.

Apesar da firma escolhida já existir há aproximadamente oito anos, muitas vezes a compra de material era feito no nome de firmas que compõem as parcerias ou sem a emissão de nota fiscal, por esse motivo, em uma das entrevistas o proprietário chega a ser citado como não sendo cliente da firma da qual comprava. Isso ocorre pois, muitas vezes, o cadastro era realizado na razão social de um dos parceiros.

Segmento 1

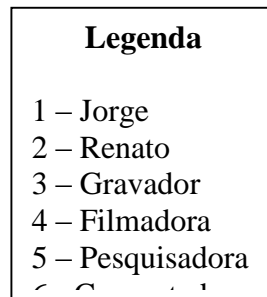
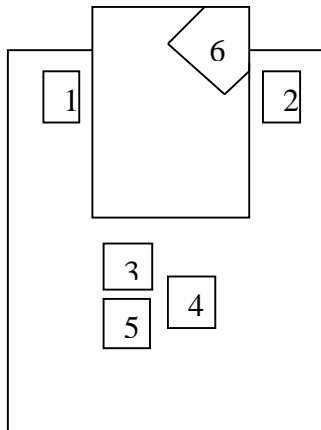
01 renato entendeu? e detalhe, hein, você faz previsão de venda. por
 02 exemplo, a gente tá em janeiro, eu já fiz previsão de venda
 03 pra fevereiro, março e abril, dentro das minhas vendas, do-
 04 (0.8) é claro que tem uns ajustes lá, mas eles sabem lá o que
 05 eu pedi. ah, eu pedi isso, isso, isso e isso. eles sabem. ah,
 06 a fábrica não entregou, não deu pra fazer. ah, não tinha
 07 verba, é:: o caixa estourou, aí nu::m num ano igual a esse,
 08 um ano todo ferrado, aí fizeram agenda, fizeram calendário.
 09 ninguém fez isso, num tem outro fornecedor que fez, a
 10 maioria nem folhinha, quase ninguém (é::)
 11 jorge cadê minha agenda?
 → 12 renato ué, você num é cliente meu.
 13 jorge cadê minha folhinha?
 14 renato folhinha não, é:::
 15 jorge calendário.
 16 renato calendário de mesa.
 17 jorge então, cadê? ãh?
 18 renato tá no carro.

(Anexo II, p. 5)

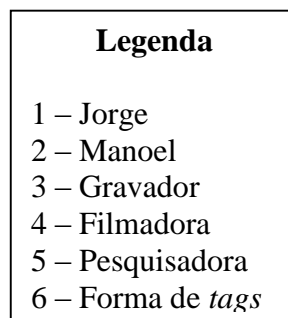
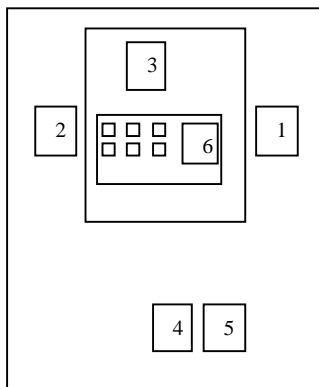
As parcerias envolvidas tornam-se claras no decorrer dos encontros, visto que os parceiros são citados em vários momentos, todos se conhecem e têm uma relação que pode ser considerada como de longa data. Essas relações são reafirmadas pelos momentos em que percebemos que o conhecimento e os relacionamentos são partilhados pelos participantes.

A descrição física dos encontros e a disposição dos participantes poderão ser observadas abaixo:

Encontro 1



Encontro 2



1.2.1 Os participantes

Participaram dos encontros gravados, o proprietário da firma citada no item anterior (Jorge), o representante de uma distribuidora de papel e produtos gráficos em geral (Renato) e o proprietário de uma firma de terceirização que presta serviço de acabamento a produtos

gráficos (Manoel). Focalizaremos abaixo o papel desempenhado por cada participante nos encontros de acordo com as informações fornecidas nas entrevistas informais.

1.2.1.1 Jorge

Como apontado anteriormente, Jorge é o proprietário de uma firma de representação que oferece todo material de apoio visual ao comércio em geral. Casado, 33 anos, com apenas o primeiro grau completo, o participante trabalha nesse ramo há mais de 10 anos; desses, há 8 anos trabalha por conta própria. O participante conta com uma equipe de vendedores e vários parceiros, visto que a produção dos produtos vendidos pela firma de Jorge é terceirizada. Tem como parceiros: uma firma de embalagens personalizadas, uma gráfica, uma firma de etiquetas bordadas e duas firmas responsáveis pelo acabamento (corte, plastificação e destaque). Tem um contato regular com os outros participantes e os conhece há muitos anos.

O comportamento de Jorge varia bastante de um encontro para o outro, visto que a estrutura dos dois encontros é bastante diferente. Uma característica preponderante desse participante é o uso do enquadre de brincadeira para evitar conflitos.

1.2.1.2. Renato

Renato é o representante de uma distribuidora de papel e material gráfico em geral. No ramo há mais de 19 anos, tem 38 anos, é casado e possui segundo grau completo. Bastante ativo

e comunicativo, gesticula o tempo todo durante o encontro e conta algumas histórias, sendo que uma delas chega a imitar a voz do outro. Pertence ao mesmo nível socioeconômico de Jorge, apesar de exercerem funções diferenciadas.

O representante declarou que o ramo de compra e venda tem sofrido grandes transformações como o passar dos anos. Que o capital de giro das empresas tem diminuído consideravelmente, fazendo com que os clientes comprem de acordo com a necessidade. “O cliente não faz mais estoque, eu tenho que ser o estoque dele”, diz.

Devido ao fato de ser o ‘estoque do cliente’, o representante deve estar sempre em contato com os mesmos. Com Jorge por exemplo, com o qual se relaciona há mais de seis anos, os encontros são de três em três dias.

Finalmente, destacamos dois fatos importantes para entendermos o comportamento desse participante: (a) devido ao grau de conhecimento que tem com seus clientes, ele não mais formaliza seus pedidos, as encomendas são feitas ‘de boca’ sem nenhum tipo de documento que as comprove; (b) ele não possui autonomia para modificar os preços de seus produtos, não se envolvendo, portanto, em sequência de barganha no encontro gravado.

1.2.1.3. Manoel

Manoel é o proprietário de uma firma de acabamento de produtos gráficos que faz parceria com Jorge. No caso do encontro gravado, negociavam o acabamento final de *tags* que engloba três ações: destacar, separar por cliente e embalar.

Apesar de trabalhar nessa área há mais de 12 anos, conhecer e relacionar-se profissionalmente com Jorge há cerca de 10 anos, quando o corpus foi gravado havia quatro

meses que Manoel havia aberto seu próprio negócio e começado a trabalhar por conta própria. Dessa forma, Manoel deixou de ser funcionário de uma firma de plastificação para ser proprietário de uma das empresas que compõem a rede de parcerias de Jorge.

Casado, 37 anos e o segundo grau completo, possui uma relação frequente com Jorge. Pois eles se encontram semanalmente. Essa relação pode ser classificada como simétrica, visto que não existe uma diferença socioeconômica entre eles.

Sua postura durante o encontro é daquele que sabe tudo e que, quando responsável por algo, realiza suas obrigações da melhor forma possível. Nas poucas vezes que não dominou uma nomenclatura ou processo, fez questão de inteirar-se de tudo, questionando os mínimos detalhes.

Agora que já foram apresentados os encontros e participantes, discorreremos sobre as principais teorias que sustentaram a presente pesquisa.

2. DIFERENTES ABORDAGENS DAS ESTRATÉGIAS DE ENVOLVIMENTO

Abordaremos, neste capítulo, os principais pressupostos teóricos que nortearam o presente trabalho, recortando seus pontos principais².

Iniciaremos este capítulo com uma breve explanação sobre os conceitos de face e trabalho de face, baseando-nos principalmente nos trabalhos de Goffman ([1967] 1980), Brown & Levinson (1987), Robin Penman (1990), Lim & Bowers (1991) e Scollon & Scollon (1997). Em um outro momento, falaremos um pouco sobre Estilo Conversacional, principalmente focando os principais fatores que influenciam o envolvimento em Tannen, 1984 – o estilo enfático. E finalmente, abordaremos o conceito de *rapport* em Placencia (2004) e Coupland (2000).

Os trabalhos supracitados foram selecionados por possuírem uma interface comum: favorecem o engajamento entre os participantes, ou seja, contribuem para a criação e manutenção de envolvimento que é utilizado aqui como um termo amplo que engloba várias estratégias que geram engajamento, comprometimento entre os participantes. Salientamos que esse envolvimento não tem necessariamente que ser positivo. Não nos referimos aqui ao envolvimento afetivo entre os participantes, mas ao envolvimento dos mesmos com seus papéis, com os papéis dos outros e com a interação em curso.

2.1. Face e Trabalhos de Face

O termo face é bem antigo na cultura oriental, contudo, foi introduzido na América pelo sociólogo Ervin Goffman que a define como “valor social positivo que uma pessoa

² As traduções das obras em inglês foram realizadas pela própria pesquisadora.

efetivamente reclama para si mesma (...) é uma imagem do self delineado em termos de atributos sociais aprovados.” (GOFFMAN, [1967]1980, p.76). A partir dessa perspectiva podemos defender que face é um construto social que uma pessoa reivindica para si, mas que necessita da aprovação dos atores sociais envolvidos na atividade de fala. Ressaltamos ainda que o autor explora a dupla conotação da palavra face, semblante/aparência e dignidade/auto-respeito/prestígio, principalmente em expressões do tipo ‘perder a face’ ou ‘salvar a face’.

Três aspectos devem ser considerados quando estudamos o conceito de face: a) face é um construto público, não é aquilo que eu penso sobre mim, mas uma imagem que precisa ser aprovada pelos outros; b) face é uma imagem projetada que pode ou não coincidir com o meu ‘eu’ real, não é baseada na opinião real dos outros, mas sim na opinião manifesta por eles, podendo ou não ser verdadeira; c) face é construída a partir de valores sociais positivos sendo, portanto, tão complexa quanto o sistema de valores de uma sociedade (Lim, 1994).

É importante destacar também que nos envolvemos emocionalmente e associamos valores às faces que reivindicamos, visto que todos nós, independente de nossa cultura³, valorizamos orgulho, honra e dignidade; tentando manter o auto respeito e projetar uma boa imagem de nós mesmos. Em consequência, temos consciência da necessidade de mantermos e darmos suporte a nossa face e a do outro. Para tanto, utilizamos os trabalhos de face que são definidos por (Goffman, [1967]1980, p.82) como “as ações realizadas por uma pessoa para tornar aquilo que esteja fazendo consistente com a face que está sendo reivindicada, num dado momento.” Para Ting-Toomey (1994) os trabalhos de face envolvem o uso de estratégias, movimentos verbais e não-verbais, atos de auto apresentação e o gerenciamento das impressões na interação.

³ Scollon & Scollon (1997) advertem que é necessário estar atento às diferenças culturais nas suposições feitas sobre o ‘eu’, visto que existem fortes diferenças entre o oriente e o ocidente nessa questão.

Os trabalhos face são abordados por Goffman ([1967] 1980) como a elaboração da face e alguns desses processos são de grande importância para nossa pesquisa. Dentre eles, destacaremos o *aplomb*, a evitação e o uso agressivo da elaboração de face.

Agir com *aplomb* equivale à pessoa agir de forma a controlar sua vergonha e controlar os sentimentos negativos gerados por uma ameaça ou pela perda de sua face, agindo como se a ameaça não houvesse existido. A estratégia de evitação consiste ou em evitar que um conflito ocorra antes que a ameaça à face possa acontecer, sendo assim uma estratégia protetora, ou então em reagir de forma jocosa, neutralizando o potencial ofensivo do ato. Finalmente, quando conduzimos uma interação como uma disputa e temos como meta “fazer pontos” no lugar de buscar consideração mútua estamos utilizando de forma agressiva a elaboração da face e transformando o encontro em uma arena.

2.1.1. A Teoria de Polidez

O conceito de face e de elaboração da face de Goffman são ampliados pelo trabalho de Brown & Levinson (1987), em sua teoria da polidez. Essa teoria define como parâmetro um sujeito modelar que consiste em um falante de uma língua natural adulto e fluente dotado de racionalidade e face. O princípio da racionalidade compreende a habilidade desse sujeito modelar de utilizar estratégias orientadas para determinados fins. Com relação aos desejos de face, os autores afirmam que o sujeito modelar, ao utilizar a linguagem em suas interações comunicativas, equilibra-se entre dois desejos: o de satisfazer os desejos de face dos outros com quem interage e o de dizer coisas que contrariam esses desejos. Esse paradoxo ocorre porque “muitos atos comunicativos são inerentemente ameaçadores à face, visto que a natureza deles

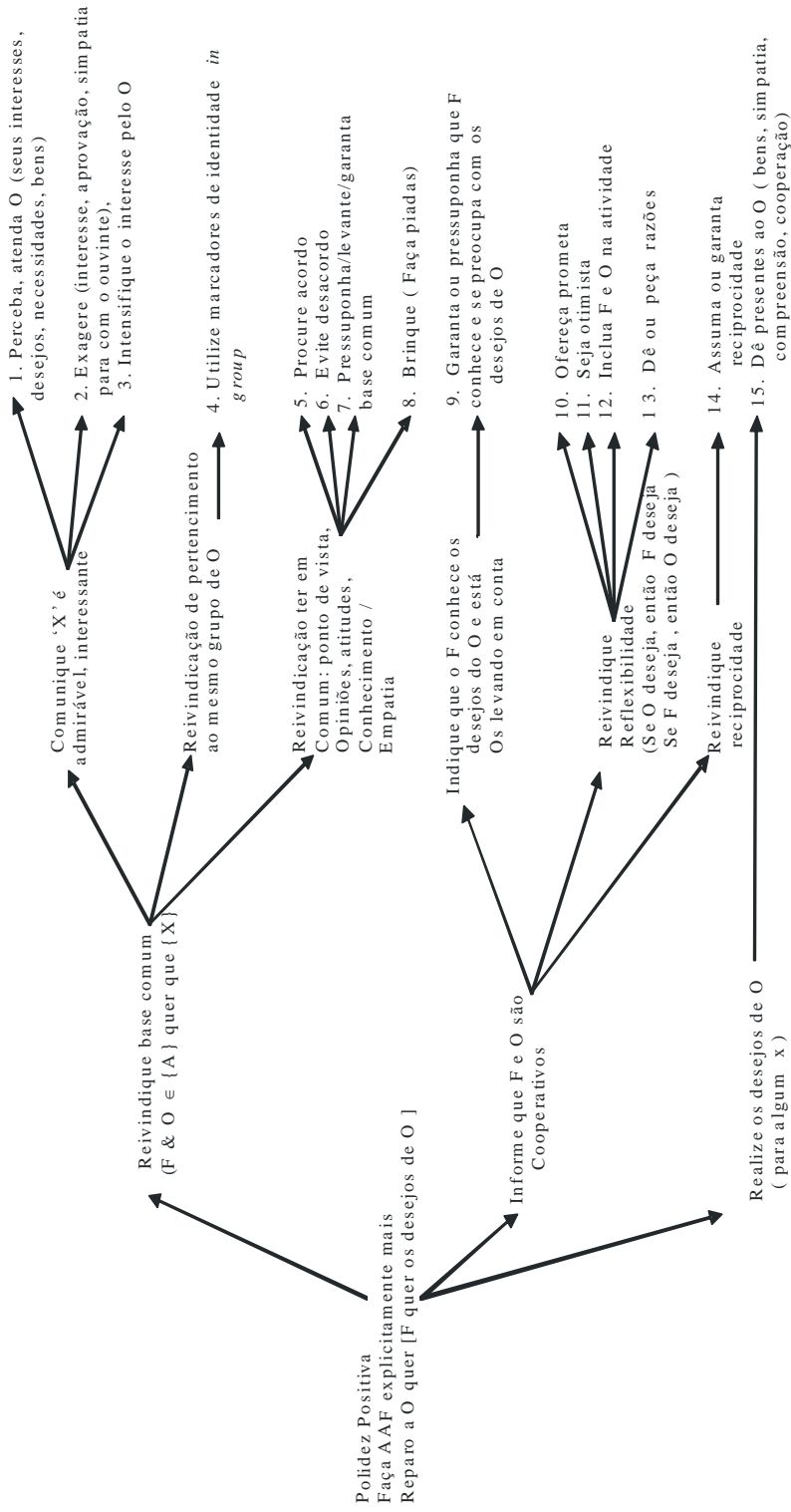
vai contra os desejos de face tanto do falante como do ouvinte” (BROWN & LEVINSON, 1987, p. 65).

Os autores argumentam ainda que todo adulto competente membro de uma sociedade tem sua face formada por dois aspectos distintos: (a) a face negativa, o desejo de ser livre de imposições e (b) face positiva, o desejo de ter sua autoimagem apreciada e aprovada pelos interactantes. Com o intuito de mitigar as ameaças à face causadas pelos atos de ameaça à face, os falantes utilizam as estratégias de polidez; uma vez que os autores postulam também a manutenção das faces reivindicadas como princípio organizador das interações sociais. Dentre as estratégias, Brown & Levinson destacam cinco super estratégias de polidez: 1) não realize o ato de ameaça à face; 2) faça-o indiretamente (*off record*); 3) polidez positiva; 4) polidez negativa e 5) faça-o diretamente (*on record*). Visto que nosso trabalho focaliza a influência do envolvimento nas interações de compra e venda, nos deteremos no estudo das estratégias de polidez positiva.

As estratégias de polidez positiva são direcionadas aos desejos de face positiva do ouvinte, ou seja, do desejo do ouvinte de ter suas ações, seus valores e seus bens apreciados e valorizados pelo menos por um determinado número de pessoas. Brown & Levinson (1987) organizam as estratégias de polidez a partir de três mecanismos amplos, os quais se desmembram dando origem as quinze estratégias de polidez apontadas pelos autores. A tabela 1 apresenta a estruturação dessas estratégias⁴. Estes mecanismos são:

⁴ Neste capítulo, deter-nos-emos em três mecanismos principais e na apresentação da tabela 1 para visualização dos desdobramentos dessas estratégias.

Tabela 1
Tabela de Estratégias: Polidez Positiva



(Brown & Levinson, 1987, p. 102)

- Reivindicar base comum – pretende indicar que falante e ouvinte pertencem a um mesmo grupo, partilhando desejos específicos, metas e valores. Pode ser realizado de três formas: o falante pode informar ao ouvinte que seus desejos e metas são também de interesse do falante; o falante pode enfatizar a participação de ambos em um mesmo grupo, sinalizando a participação de falante e ouvinte em um grupo que partilha os mesmos interesses; o falante pode reivindicar base comum mesmo sem referir-se ao pertencimento ao grupo do ouvinte.

- Informar que falante e ouvinte são cooperativos – Se falante e ouvinte estão cooperando, partilham metas em algum domínio, comunicando que sua atitude pode servir de reparo ao desejo de face positiva do outro. Indica que o falante conhece e é sensível aos desejos do ouvinte.

- Atender aos desejos do outro – ao atender aos desejos do ouvinte, o falante repara diretamente a face do ouvinte; indicando que, em alguns aspectos, os desejos de falantes e ouvintes são os mesmos.

Os autores destacam ainda que a relação entre os participantes define o grau de ameaça causada por um ato de ameaça à face e que os principais fatores que influenciam grau de ameaça são: (a) distância social entre os falantes; (b) o poder que o ouvinte exerce sobre o falante e (c) a absoluta ou normal imposição inerente ao ato de fala (BROWN & LEVINSON, 1987).

Apesar das noções de distância e poder serem amplamente utilizadas em Análise do Discurso, percebemos que sua utilização não é padronizada. Alguns autores utilizam os mesmos termos de Brown & Levinson com significados diferentes ou termos diferentes com o mesmo significado. Veremos, ao estudar o trabalho de Lim & Bowers (1991), que essa

distância será abordada como intimidade relacional e empregada com alguma mudança de significado e que o poder será nomeado da mesma forma, porém, assim como a distância, apresentando uma abordagem diferente.⁵

Apesar de ter sido de grande importância para os estudos de face, a Teoria de Polidez foi muito questionada. Dentre os vários estudiosos que criticaram essa teoria destacaremos o trabalho de Lim & Bowers (1991) e de Scollon & Scollon (1997). Reconhecemos que esses estudiosos possuem contribuições de grande relevância para o presente estudo apesar de não responderem às críticas referentes à teoria de Brown & Levinson: focalizar quase excessivamente as estratégias de trabalho de face dirigidas ao outro e, conseqüentemente, ignorar as possíveis estratégias dirigidas ao *self*; vincular trabalho de face à polidez, visto que o mesmo pode ser impolido; negligenciar as questões de agravamento de face por priorizarem a proteção e a mitigação; não possuir um continuum ligando forma e função; utilizar como exemplos enunciados simples e descontextualizados.

A busca por um modelo que respondesse a algumas dessas críticas foi proposto por Penman (1990) com o intuito de modificar e estender essa teoria em um modelo de trabalho de face mais amplo. Em seu trabalho, a autora não descarta a polidez, apenas a situa como um fenômeno incluído no domínio mais amplo dos trabalhos de face.

Como solução à necessidade de uma dimensão mais global para os trabalhos de face, adota como premissa básica que as estratégias de trabalho de face são organizadas em um *continuum* a partir da dimensão de respeito/desprezo, a qual é uma retomada da premissa de Harré (1979, apud PENMAN, 1990)⁶, segundo a qual: “o mais fundamental de todos os

⁵ Para um estudo mais aprofundado na questão da nomenclatura utilizada para fazer referência à distância e ao poder remetemos à SPENCER-OATEY, Helen. Reconsidering power and distance, *Journal of Pragmatics*, 26, p. 1-24, 1996.

⁶ HARRÉ, R.O.M. *Social Being*. Oxford: Blackwel, 1979.

princípios estruturais, a partir dos quais a vida é organizada, é aquele que informa as instituições sobre respeito e desprezo”.

A autora define, então, que para atender aos dois tipos de atores (falantes e ouvintes), temos dois tipos diferentes de estratégias de face (positiva e negativa) e utilizamos, dentro da dimensão respeito/desprezo, quatro metas principais de trabalho de face:

- I. trabalhos de face positiva dirigidos ao self;
- II. trabalhos de face negativa dirigidos ao self;
- III. trabalhos de face positiva dirigidos ao outro;
- IV. trabalhos de face negativa dirigidos ao outro.

Em nosso trabalho, deter-nos-emos aos trabalhos de face dirigidos à face positiva (I e III), considerando ainda que os enunciados podem ser multifuncionais, ou seja, os falantes podem, em qualquer ato comunicativo, ter mais de uma meta ou intenção comunicativa. Segundo a autora, estratégias de trabalho de face podem ser expressas sequencialmente ou simultaneamente, no mesmo enunciado.

Os efeitos desses trabalhos de face passam a ser organizados dentro de quatro teorias dependendo do grau de diretividade/indiretividade e do grau de respeito/desprezo, são elas:

- Agravar/depreciar – ameaça feita de forma DIRETA;
- Ameaçar – ameaça feita por estratégias INDIRETAS, indicando certo grau de desprezo para com o self ou com o outro;
- Proteger – estratégias realizadas de forma INDIRETA;
- Mitigar, aumentar – realizadas DIRETAMENTE através de estratégias de polidez ou quais outras que indiquem respeito.

O esquema a seguir demonstra como essas categorias são organizadas na dimensão respeito/desprezo:

RESPEITO		DESPREZO	
AUMENTAR	PROTEGER	AMEAÇAR	AGRAVAR

Com base nessa reformulação do trabalho de face, são propostas dezesseis opções de trabalhos de face e, a partir delas, são identificadas uma série de microestratégias aplicadas e dados gerados no contexto da corte (Tribunal judicial), requerendo, segundo a autora, futuros desenvolvimentos em outros contextos⁷. Tais contribuições serão utilizadas, juntamente com os trabalhos citados anteriormente, e discutidas a seguir, buscando esclarecer as estratégias usadas pelos participantes nos encontros de negócios que compõem nosso corpus.

2.1.2. O modelo de comunicação de Lim & Bowers

Lim & Bowers, em *Facework: Solidarity, Approbation, and Tact*⁸(1991), também buscam estender o modelo de polidez de Brown & Levinson. Na intenção de explicar as mais diversificadas formas de interação, propõem três tipos diferentes de trabalhos de face e discutem os efeitos dos fatores sociais nas interações.

Os autores afirmam que Brown & Levinson concentraram-se principalmente em atos que ameaçam a face negativa do outro como as perguntas e as ordens e mantêm o conceito de

⁷Tomaremos como base apenas as quatro categorias iniciais. Para um estudo mais aprofundado remetemos à Penman (1990).

⁸*Trabalho de Face: Solidariedade, Aprovação e Tato.*

face negativa, modificando apenas a nomenclatura, denominando-a de face da autonomia. Esse tipo de face pretende revelar que a pessoa está no controle de sua face. É o desejo de estar livre de imposições ou controle dos outros. Iniciativa, criatividade e maturidade, autossuficiência e compostura são os valores reivindicados pelos falantes e/ou ouvintes quando a escolhem.

Ao reverem tal modelo de polidez, Lim & Bowers argumentam que esse modelo negligencia os trabalhos de face realizados quando esses são direcionados à face positiva do outro e afirmam que a polidez positiva é um conceito que combina dois desejos humanos distintos, o de ser incluído e aceito pelos outros interactantes e o de ter suas habilidades respeitadas.

Citando Lim (1989, apud LIM & BOWERS, 1991)⁹, os autores argumentam que, por priorizarem os atos de ameaça à face negativa, Brown & Levinson não especificam claramente a natureza dos desejos de face positiva combinando em um mesmo conceito dois desejos distintos: o desejo por aprovação e o desejo de inclusão. Lim & Bowers afirmam que apesar de podermos identificar, em uma análise superficial, uma natureza comum aos dois desejos: como a pressuposição de ‘ter valor’; em uma análise mais específica, esses dois desejos representam dois tipos diferentes de necessidades humanas básicas. Correspondendo, portanto, a dois tipos distintos de face.

O primeiro deles corresponde à **face da camaradagem**, a qual faz referência ao desejo dos participantes de serem considerados e desejados como membro de um grupo. É o desejo de ser aceito, de ser benquisto. Amizade e cooperação são os valores reivindicados pelos interactantes ao adotarem-na.

O segundo, a **face da competência**, expressa a imagem de que uma pessoa é habilidosa. É a necessidade do ser humano de ter suas habilidades e ações respeitadas,

⁹LIM. T. *A new model of politeness in discourse*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, New Orleans, 1989.

construindo assim uma boa reputação. Sabedoria, prosperidade, inteligência, experiência e influência são os valores reclamados pelos participantes ao seguirem-na.

Como consequência, em sua proposta de um novo modelo comunicativo de trabalhos de face, percebemos que os autores afirmam a existência de três tipos de desejos de face. Com o intuito de atender a cada necessidade de face apontada acima, Lim & Bowers (1991) descrevem três tipos de trabalho de face: solidariedade – ligada à face da camaradagem, aprovação – ligada à face da competência e tato – ligado à face da autonomia.

Essa distinção é de suma importância para nossa análise, visto que quando uma pessoa busca reivindicar para si o reconhecimento como um profissional respeitado e habilidoso (face da competência), nem sempre age de forma a atribuir face positiva (face da camaradagem) ao outro. Destacamos ainda que, assim como a teoria de Brown & Levinson, esse modelo proposto por Lim & Bowers também negligencia os trabalhos de face voltados para o *self*.

Os autores apresentam ainda a intimidade relacional, a diferença de poder e o direito de realizar um determinado ato como os fatores sociais que mais influenciam a escolha dos trabalhos de face.

A **intimidade relacional** entre os interactantes influencia fortemente a escolha dos trabalhos de face adotados. Segundo Lim (1989, apud. LIM & BOWERS, 1991), quanto mais próxima é a relação entre os participantes, mais eles se sentem obrigados a cooperar uns com os outros, tornando-se mais dispostos a tolerar um certo nível de imposição e crítica. Assim sendo, o esforço para mitigar uma pequena ameaça à face do outro diminui à medida que a intimidade aumenta. Por outro lado, quando a ameaça é grande, superando os limites tolerados, o falante reage tão ou mais negativamente do que faria caso a relação não fosse tão próxima.

Outro fator social apontado é a **diferença de poder**. Embora não seja tão definidora do trabalho de face como a intimidade, devido à ideologia do igualitarismo que rege nossa sociedade, o poder influencia nossas escolhas. Entre pessoas com baixo grau de intimidade,

ocorre uma diminuição nos índices de solidariedade, aprovação e tato à medida que o poder do falante sobre o ouvinte aumenta.

O **direito** de realizar um ato é o terceiro e último fator apresentado. Os autores afirmam que a legitimidade da ação influencia os trabalhos de face, visto que os falantes tendem a utilizar maiores níveis de tato e/ou aprovação à medida que seu direito de imposição e/ou desaprovação diminuem.

Finalmente, Lim & Bowers (1991) destacam que para mitigar cada tipo de ato de ameaça à face utilizamos o trabalho de face apropriado, desfazendo a ideia de que a expressão da solidariedade poderia amenizar uma ameaça às faces da competência e autonomia. Os autores afirmam que o uso desse trabalho de face co-ocorre com expressões de aprovação e tato, com o intuito de lembrar o ouvinte de que o nível de intimidade entre os participantes permite leves desaprovações ou críticas.

Após o estudo dos efeitos da intimidade relacional, da diferença de poder e do direito de realizar determinado ato e ao nível de trabalho de face utilizado, os autores apresentam seus resultados, apontando-os como as principais contribuições do modelo proposto. As contribuições são:

1. Trabalho de face envolve mais do que o atendimento à face positiva e face negativa;
2. Existe uma co-ocorrência entre os vários tipos de trabalho de face. A solidariedade co-ocorre com a aprovação e/ou com o tato sem substituí-los ou diminuí-los;
3. O direito de praticar um ato é mais importante que o nível absoluto de ameaça à face; isto é, o meu direito de realizar determinado ato ameniza a ameaça referente ao mesmo.
4. A intimidade entre os participantes faz aumentar o uso de aprovação e tato, isto é, quanto maior a intimidade relacional entre os participantes maior é o uso dos trabalhos de face quando o grau da ameaça à face é incomum. Esse resultado encontrado é contrário a muitos

estudos etnográficos que apontam para uma diminuição da polidez com o crescimento da intimidade.

Para aprofundar nos estudos de face, veremos a seguir as principais contribuições do trabalho de Scollon e Scollon (1997) para a análise de tal teoria.

2.1.3. Scollon & Scollon

Em seu capítulo *Interpersonal Politeness and Power*¹⁰, Scollon & Scollon (1997,) discutem o estudo de face. Percebemos que esse estudo não faz a distinção dos dois desejos de face positiva apontados por Lim & Bowers, apesar de também apresentarem uma nova abordagem para os trabalhos de Brown & Levinson.

Scollon & Scollon (1997, p. 35) enfatizam que “os participantes fazem certas suposições não marcadas sobre suas relações e a face que desejam reivindicar para si e que estão dispostos a dar para os outros participantes em cada situação comunicativa” e que as relações e suposições podem, até certo ponto, ser negociadas no curso da interação. Ao estudo dessas suposições e relações, os autores nomeiam **estudo de face**.

Afirmam também que o conceito de face é paradoxal, visto que da mesma forma que necessitamos nos envolver com os outros, necessitamos também manter um certo grau de independência. Espera-se que o falante/ouvinte projete essas necessidades simultaneamente em toda comunicação, tendo sempre em mente que ao enfatizar uma delas estará arriscando

¹⁰ Polidez interpessoal e poder.

ameaçar a outra. Os autores definem essas duas necessidades como **envolvimento** e **independência**, respectivamente.

Envolvimento equivale à face positiva de Brown & Levinson (1987) e à face da camaradagem e aprovação de Lim & Bowers (1991). Representa a necessidade e direito de se tornar um membro da sociedade. Demonstramos nosso envolvimento através de estratégias como: estar atento ao outro, ter um mesmo ponto de vista ou usar o primeiro nome.

A independência enfatiza a individualidade dos interactantes e o desejo de ser livre das imposições do outro, mostrando que respeita a autonomia do outro e reivindica ser autônomo também, correspondendo à face negativa de Brown & Levinson e à face da autonomia de Lim & Bowers. As estratégias que são utilizadas pelos participantes ao escolherem a independência são: “não ‘por palavras na boca do outro’, dar ao outro chances de opções e o uso de nomes mais formais ou títulos” (SCOLLON & SCOLLON, 1997, p. 37).

Iremos nos deter no estudo das dez estratégias de envolvimento apontadas pelos autores como as mais utilizadas no inglês, fazendo uma comparação às estratégias de polidez positiva de Brown & Levinson.

- I. Esteja atento ao ouvinte;
- II. Exagere interesse, aprovação ou simpatia pelo ouvinte;
- III. Assuma o ouvinte como membro do grupo;
- IV. Assuma pontos de vista, opinião, atitudes, conhecimentos e empatia para com o ouvinte;
- V. Seja otimista;
- VI. Indique que o falante sabe os desejos do ouvinte e os leva em conta;
- VII. Use o primeiro nome ou apelidos;
- VIII. Assuma ou afirme reciprocidade;
- IX. Seja tagarela;
- X. Use a língua ou dialeto do ouvinte.

Podemos perceber que, com exceção da estratégia 9, as estratégias apontadas por Scollon e Scollon equivalem no todo ou em parte às de Brown & Levinson, com alguma modificação na nomenclatura e na ordem. Algumas vezes uma estratégia daqueles equivale à união de duas ou mais estratégias destes, em outras, abordam apenas um aspecto de determinada estratégia¹¹. Vejamos agora a quais estratégias do Modelo de Polidez cada estratégia retoma:

Tabela comparativa das estratégias:

Scollon & Scollon	Brown & Levinson
1. Esteja atento ao ouvinte	1. Percebe, atenda o Ouvinte
2. Exagere interesse, aprovação ou simpatia pelo ouvinte	2. Exagere interesse, aprovação ou simpatia pelo ouvinte
3. Assuma o ouvinte como membro do grupo	4. Utilize marcadores de identidade <i>in group</i>
4. Assuma pontos de vista, opinião atitudes, conhecimento e empatia para com o ouvinte	Reúne as estratégias de 5 a 8
5. Seja otimista	11. Seja otimista
6. Indique que o falante sabe os desejos do ouvinte e os leva em conta	9. Garanta ou pressuponha que o falante conhece e se preocupa com os desejos do ouvinte
7. Assuma ou afirme reciprocidade	14. Assuma ou garanta reciprocidade
8. Use o primeiro nome ou apelidos	4. Utilize marcadores de identidade <i>in group</i>
9. Seja tagarela	
10. Use a língua ou dialeto do falante	4. Utilize marcadores de identidade <i>in group</i>

Scollon & Scollon defendem a existência de algumas regularidades gerais na interação. Essas regularidades constituem o chamado Sistema de Face, que é o conjunto formado pelas suposições não-marcadas e as negociações que ratificam ou alteram essas suposições. Segundo eles, três fatores principais interferem nesse sistema. São eles o poder, a distância e o peso da

¹¹Por exemplo, usar o primeiro nome ou apelidos é apenas uma das formas apontadas por Brown & Levinson para utilizar marcadores de grupo.

imposição. Para representá-los, os autores assumem as seguintes abreviaturas: P (poder), D (distância) e W (peso da imposição). Os símbolos + e – são utilizados para marcar o aumento ou a diminuição, a existência e inexistência da influência desses fatores.

Percebemos a regularidade entre as três obras analisadas em relação a poder e distância. Embora as abordagens sejam diferentes, todos os autores as tratam como fatores principais.

- (a) Poder (P) – indica uma disparidade vertical entre os participantes em estruturas hierárquicas. Um sistema igualitário é marcado pela não diferença de poder entre os participantes, sendo classificado como (-P.);
- (b) Distância (D) – indica a existência ou não de proximidade na relação. Este aspecto pode ser melhor observado em relações igualitárias;
- (c) Peso da imposição (W) – importância que cada falante atribui ao tópico em discussão. Quando temos uma situação com alto grau de W, utilizamos mais estratégias de independência e, quando o grau de W é baixo, usamos um índice maior de estratégias de envolvimento.

A observação desses fatores levou os autores à criação de três sistemas de polidez: **Deferência, Solidariedade e Hierarquia**, como veremos a seguir.

O Sistema de Polidez de Deferência é marcado por uma mútua busca pela independência, na qual, mesmo havendo uma posição igualitária, os participantes são distantes. As principais características desse sistema são a simetria (-P), ou seja, os participantes veem-se como pertencentes a uma mesma classe social e a distância (+D) é marcada pelo uso de estratégias de independência.

O Sistema de Polidez de Solidariedade ocorre quando não existe diferença de poder entre os interactantes e eles são bastante próximos. Assinala um alto grau de envolvimento. Suas principais características são a simetria (-P) e proximidade (-D), que define o uso de estratégias de envolvimento.

O Sistema de Polidez de Hierarquia é aquele que pressupõe uma reconhecida diferença de poder e distância entre os participantes. Demonstra uma grande diferença de prestígio social. Nesse sistema, os participantes não utilizam as mesmas estratégias, visto que aquele que possui mais poder ou que se coloca como mais poderoso utiliza estratégias de envolvimento e aquele que possui menos poder utiliza estratégia de independência. As principais características da hierarquia são a assimetria em relação ao poder (+P) e em relação ao uso das estratégias de polidez.

Finalmente, Scollon & Scollon afirmam que esses fatores podem ser gerados por diversas razões e que assim como não existe comunicação sem face, também não existe comunicação não-hierárquica, visto que “qualquer diferença no senso de hierarquia faz surgir dificuldades na seleção das estratégias de face e qualquer cálculo errado nas estratégias surge do sentimento de diferenças de poder” (1997, p. 49).

A forma de tratamento entre os participantes; o caráter formal ou informal da conversa; o fato de ela ser séria ou descontraída, argumentativa ou associativa, neutra ou pessoal e o tom da conversa são fatores amplamente estudados na estilística. Esses aspectos linguísticos estão diretamente ligados à forma de se relacionar dos participantes e, sendo estilo o modo ou a maneira como nos comunicamos, torna-se necessário o estudo da teoria sobre estilos conversacionais.

2.2. Estilos Conversacionais

Vimos no estudo sobre face que os participantes buscam satisfazer seus desejos de face e os desejos dos outros. Nesse intuito, sinalizamos nossas metas aos participantes da interação através das escolhas comunicativas que fazemos. Segundo Possenti (1993), essa é a principal função dos estilos comunicativos, os quais podem ser caracterizados por essa escolha, mesmo que inconsciente ou por um desvio àquilo que seria adequado a determinada situação.

Apesar de poderem, muitas vezes, ser filtradas pelo contexto, nossas escolhas podem também determiná-lo, visto que para cada situação possuímos um comportamento adequado e a quebra dessa adequação pode modificar o curso da interação.

Essas escolhas que fazemos e que resultam na forma como utilizamos a linguagem nos vários contextos constituem o nosso estilo. Não que estilo seja uma forma especial de falar, mas representa a forma selecionada pelo falante para melhor: a) expressar uma relação para com uma situação, por exemplo, através do grau de formalidade ou institucionalização de uma atividade de fala; b) permitir a auto apresentação do falante ou escritor como: envolvido e engraçado, dentre outros; c) projetar atividades para um tipo particular de ouvinte/leitor: crianças, estrangeiros etc.; d) definir um tipo particular de relação entre falante/ouvinte (escritor/leitor): polidez, distância, intimidade; e) separar diferentes tipos de atividades em uma sequência (SANDIG & SELTING, 1997).

Dessa forma, o estilo torna os significados interpretáveis mesmo que esses não estejam semanticamente explícitos.

Essas interpretações de sentido não são feitas de qualquer maneira, visto que na caracterização de nosso estilo sinalizamos o significado usado na construção de um enunciado utilizando as Pistas de Contextualização, que são

os traços presentes na estrutura de superfície das mensagens através dos quais 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 ou segue (GUMPERZ, 1998, p. 100).

Dentre elas, o autor destaca: as pistas linguísticas (escolha lexicais e sintáticas, mudança de código entre outras); as pistas paralinguísticas (ritmo, pausa, hesitação, sincronia conversacional); as pistas prosódicas (entonação e tom); e as pistas não-vocais (gestos e movimentação corporal).

Podemos afirmar, portanto, que é através de um conjunto de pistas de contextualização que são acessados os significados pretendidos, visto que essas pistas funcionam no estabelecimento dos enquadres que utilizamos.

Para Bateson ([1972] 2002), enquadre é a forma como sinalizamos para o outro como ele deve entender uma dada mensagem. É o enquadre que delimita a forma como o participante deve entender um enunciado, em outras palavras, é através dele que é formulada a metamensagem a partir da qual identificamos como um enunciado deve ser interpretado. É dessa forma que reconhecemos se o enunciado do outro representa, em determinado momento, algo sério ou uma brincadeira. O conceito de enquadre foi desenvolvido por Goffman e hoje é utilizado por vários estudiosos¹².

Através da escolha das pistas de contextualização e da forma como enquadramos determinada situação, construímos o nosso estilo conversacional. Destacaremos agora as tendências da estilística e as várias formas de classificação dos estilos conversacionais através de suas características principais.

¹² Dentre esses estudos destacamos Tannen e Wallat ([1987] 1980) e Ribeiro & Pereira (2004).

2.2.1. Tendências de Estilo

Segundo Barbara Sandig & Margaret Selting (1997), a Estilística desenvolveu-se, inicialmente, no campo da retórica, em particular do estudo da elocução. A partir de então, passou a abranger outros campos do estudo da linguagem. São eles: estruturalismo, pragmática, linguística textual, sociolinguística e linguística interacional.

Tradicionalmente, os estudos da estilística foram baseados em pesquisas estruturalistas. A estilística europeia baseava-se no estilo literário enquanto a Escola de Praga atribuía mais importância aos estilos científicos, jornalísticos, administrativos e coloquiais.

Por um bom tempo, a estilística foi vista como pertencente ao âmbito da literatura, com o passar do tempo “estilo, como também as peculiaridades do uso linguístico pelas pessoas e por grupos específicos, interessam também fora do âmbito da literatura como, por exemplo, nas áreas da sociolinguística, da psicologia individual ou em grupo e também para a psicanálise.” (FRANCK, 1984, p.121)

A Pragmática concentra-se tanto na recorrente constituição de particularidades dos atos de fala quanto nas outras tendências; porém, enfatiza as particularidades na forma de performar esses atos. Frisando que, muitas vezes, esses são performados de forma indireta, indicando polidez.

A Linguística Textual preocupa-se não só com a escolha específica das palavras ou com a recorrência de estruturas sintáticas, mas também se concentra nos aspectos particulares do texto que se mostram relevantes, como a descrição e a comparação das convenções estilísticas de tipos de textos.

A Sociolinguística relaciona estilo com as categorias sociais e a Linguística Interacional incorpora as ideias da Análise da Conversa e está principalmente interessada na descrição da

atribuição que é dada ao falante pelo receptor e na negociação de estilos interacionais, na investigação de fenômenos como polidez e vagueza. Essas pesquisas deram origem aos estudos das chamadas Pistas de Contextualizações.

Analisando a forma como os participantes na interação lidam, negociam e interpretam os estilos, a Linguística Interacional defende que há uma dependência em relação ao nosso conhecimento tácito sobre as associações convencional e situacionalmente evocadas, que são características linguísticas e paralinguísticas e associação de enquadres interpretativos (SANDIG & SELTING, 1997).

2.2.2 Características de Estilo

Devido às várias alternativas que temos à disposição para sinalizarmos um mesmo objeto, um mesmo processo ou um mesmo fato, temos consciência do grande número de tipos de estilos existentes. Notamos que cada um deles é diferenciado estilisticamente embora tenham o mesmo valor referencial ou semântico.

Destacaremos a seguir cinco formas diferentes de classificar os estilos, através de suas características: lexicais, sintáticas, fonológicas, formais e pragmáticas.

Lexicalmente, nosso vocabulário nos proporciona uma grande variedade de alternativas para nos referirmos a um mesmo objeto ou ação; porém, notamos que pode ocorrer uma variação no significado, visto que não existe sinonímia perfeita. “Alguns sentidos ‘conotados’ pertencem a diferentes ‘níveis de estilo’ e indicam diferentes esferas de ação, tipos de atividades, tópicos ou ‘mundos sociais’ de uma determinada comunidade de fala.” (SANDIG & SELTING, 1997, p. 138)

Sintaticamente, as escolhas estilísticas e suas associações variam de acordo com os tipos de atividades, ou seja, de acordo com as sequências de ações estruturadas pelos participantes que são socialmente constituídas e reconhecidas (FAIRCLOUGH, 2001).

Fonologicamente falando, uma impressão completamente diferente é criada a partir do uso de ritmo e da repetição de sons, gerando um efeito adicional. O uso da ironia e do tom de brincadeira são exemplos de efeito criado pelo estilo.

Formalmente, metáfora, aliterações e paralelismos são descritos na retórica clássica como características prototípicas de estilo; entretanto, a maior parte das metáforas e outras figuras estilísticas são utilizadas em nosso cotidiano e necessitam ser melhor estudadas nos diálogos (FRANCK, 1979).

Finalmente, as características pragmáticas marcam as diferentes formas que podemos utilizar para desempenhar um ato de fala e assim refletir o tipo de relação existente entre os interactantes. Sinalizando, por exemplo, se essa relação é de proximidade, de distância etc.

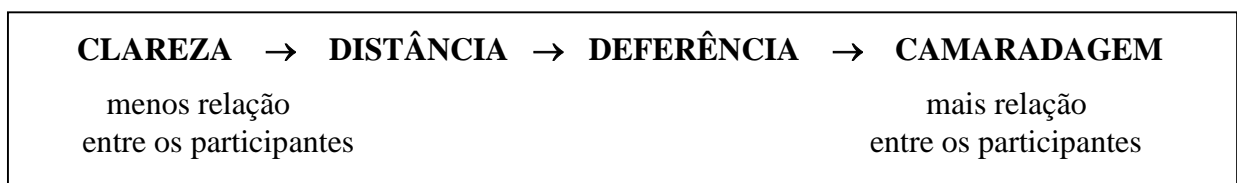
2.2.3. Estilo como sistema de regras

A predição da existência de um sistema de regras para o estilo, algo análogo ao que denominamos gramática é defendida por Robin Lakoff (1979). Segundo a autora, para que algo seja reconhecido como estilo pessoal é necessário ser previsível através de um aspecto de comportamento através do tempo, ou seja, de um encontro para outro. Apesar de poder sofrer mudanças, devido à instabilidade das coisas da vida, os estilos pessoais não mudam radicalmente, e não podemos afirmar até que ponto essa mudança pode ocorrer.

A descrição de como os participantes determinam o modo apropriado de apresentação do *self*, baseando-se em seus hábitos pessoais, na relação com o outro e na importância do assunto é apontada pela autora como a parte mais relevante do sistema. Outro ponto apontado como forte aspecto de diferenciação é o *Rapport*¹³, que a autora trata como “*a importância relativa do indivíduo de se satisfazer com uma comunicação clara versus estabelecer uma relação pessoal com os outros*” (LAKOFF, 1979, p. 60).

Para a auto apresentação, os falantes adequam suas estratégias ao tipo de interação na qual desejam ingressar. Essas estratégias são distribuídas em pontos de um *continuum*. Em uma das extremidades encontramos a representação da aplicação das máximas de Grice (1975) que são tratadas por Lakoff como **clareza**. No outro extremo, encontramos o envolvimento emocional entre os falantes, ouvintes e o assunto abordado como fator principal (Tannen, 1984, p. 13), o que é chamado de **camaradagem**. Essas estratégias podem ser utilizadas isoladamente ou de forma combinada. É importante ressaltar também que a escolha de cada estratégia varia de cultura para cultura e de pessoa para pessoa. São essas diferenças que determinam o estilo de cada um.

Quadro 3



(LAKOFF, 1979, p. 62)

Cada estratégia será explicada a seguir¹⁴:

¹³ A noção de *Rapport* será melhor estudada no item 2.3.

¹⁴ Para esse resumo, baseamo-nos também em Tannen (1984) que traz uma revisão clara das estratégias estilísticas, dentre elas, do trabalho de Lakoff.

- a) Clareza - Nela não há envolvimento nem identificação do falante como um ser particular e individual. O discurso é baseado na mensagem, tentando transmitir a informação da forma mais clara e sucinta possível. Essa estratégia é utilizada em poucos contextos nos quais predomina a necessidade de que a informação seja clara.
- b) Distância – Pressupõe uma relação de interesse no que valoriza as regras de etiqueta e a diplomacia, evitando-se a responsabilidade do que é dito, resultando em um afastamento entre os participantes, ou entre os falantes e aquilo que eles dizem.
- c) Deferência – Não é baseada na imposição, mas no conselho. Gera uma falsa noção de autonomia. A principal característica dessa modalidade é o uso de eufemismos. O uso da deferência faz transparecer que o falante não conhece bem os desejos do ouvinte e por isso deixa o direito de decisão para o outro. Um bom exemplo dessa estratégia é quando estamos em um jantar e ao ser questionado sobre o que queremos para comer ou beber dizemos: ‘o mesmo que você’.
- d) Camaradagem – Demonstra explicitamente que existe uma relação e que ela é importante. Nela ocorrem expressões diretas de ordens e desejos, a linguagem utilizada é a coloquial e o tratamento é feito através do primeiro nome ou de apelidos.

Podemos perceber que a autora utiliza vários termos apresentados no item 2.1 sobre face. Veremos, no decorrer deste trabalho, que os conceitos abordados no estudo de face, mais especificamente o de polidez positiva e de face positiva, serviram de base para esse e vários outros estudos.

Quando além das estratégias descritas acima os falantes utilizam as chamadas estratégias de envolvimento dão origem ao chamado estilo enfático, o qual estudaremos a seguir.

2.2.4. O estilo enfático

Uma forma essencial de enfatizar a natureza interativa de uma situação social¹⁵ é o uso do envolvimento. Para tal ênfase, utilizamos as estratégias de envolvimento, as quais são amplamente estudadas por Tannen (1989). Destacaremos abaixo as estratégias mais relevantes para a nossa pesquisa.

Tannen destaca que a ideia central desse trabalho é a de que a conversação casual é construída através de estratégias que são partilhadas e elaboradas no discurso literário; as quais são persuasivas, espontâneas e funcionais na conversa casual. Tais estratégias são chamadas pela autora de estratégias de envolvimento porque elas refletem e criam, simultaneamente, envolvimento interpessoal.

Citando Gumperz (1982)¹⁶, ela destaca que uma vez envolvido na conversação, ambos - falantes e ouvintes - precisam ativamente responder ao que “transpira” na fala em interação pela sinalização do envolvimento, tanto diretamente por palavras quanto indiretamente por gestos e sinais não-verbais similares; afirmando ser essa a base de todo entendimento linguístico, visto que entendimento pressupõe envolvimento conversacional.

A teoria geral de estratégias discursivas tem, então, que começar especificando o conhecimento linguístico sociocultural que precisa ser partilhado quando desejamos manter o envolvimento conversacional.

Para Gumperz (1982), em Tannen (1989), envolvimento conversacional é a habilidade de inferir, globalmente, sobre o que é a interação e o que um participante espera ser, localmente, o significado de cada enunciado, isto é, envolvimento conversacional constitui o resultado bem-

¹⁵ Situação social é definida por Goffman como um ambiente favorável ao monitoramento mútuo e à criação de um mesmo foco de atenção ([1964] 2002).

¹⁶ GUMPERZ, J. J. *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

sucedido de uma inferência conversacional¹⁷. Para ele, a participação na interação não é, meramente, uma maneira de entendimento passivo.

O autor destaca ainda que os conversacionalistas precisam ser capazes não somente de decifrar o que já foi enunciado, mas também visualizar como isso é provavelmente desenvolvido, tanto no nível da sentença quanto no nível do discurso. Isso ocorre pois a noção de hegemonia cultural é uma idealização que nunca se realiza completamente.

Tannen argumenta ainda que Chafe (1985, apud TANNEN, 1989)¹⁸ destaca três tipos de envolvimento na conversação: o auto envolvimento do falante, o envolvimento interpessoal entre falante e ouvinte e o envolvimento com aquilo que está sendo conversado. Essa concepção será adotada em nossa análise.

Segundo o trabalho de Tannen (1989), o que Grumperz (1982) chama de envolvimento, participação ativa em uma conversação, é comparável com o que Goodwin (1981)¹⁹ chama de “engajamento conversacional” e com o que Merritt (1982)²⁰ chama de “engajamento mútuo”. Analisada por essas perspectivas, a conversação não é uma maneira de duas ou mais pessoas, alternadamente assumirem os papéis de falante e ouvinte, mas um meio de, tanto falante quanto ouvinte, incluírem elementos e traços dos outros. Conseqüentemente, ouvir passa a ser um conceito ativo, não passivo, que requer interpretação comparável com a que é requerida ao falante e falar implica projetar o ato de ouvir.

¹⁷ Para Grumperz, *inferência conversacional é o processo de interpretação situado ou estabelecido no contexto, a partir do qual os falantes em uma dada conversação avaliam intenções dos participantes e a partir do qual fundamentam suas respostas* (1999, p. 98 apud Pereira, 2002, p. 12).

¹⁸ CHAFE, W. Idiomaticity as an anomaly in the Chomskyan paradigm. In: *Foundations of Language*, 4. 1968, p. 109-25.

¹⁹ GOODWIN, C. *Conversational organization: Interaction between speakeres and hearers*. New York: Academic Press, 1981.

²⁰ MERRITT, M. On questions following questions (in service encounters). *Language in Society*, 5, 1976,p.315-57.

A autora cita ainda que, na perspectiva de Durant (1986)²¹, não só o ouvinte é um co-autor, como o falante é um co-ouvinte. Em um nível mais profundo, Bakhtin²² ([1975]1981) e Voloshinov ([1929] 1986)²³ afirmam que nenhum enunciado, nenhuma palavra, pode ser falada sem ecoar como os outros entendem e como têm sido usados.

A autora acrescenta que o envolvimento não é marcado apenas pela prosódia, mas que essa co-ocorre com sequências e estratégias de envolvimento e aponta como principais estratégias de envolvimento:

- Sincronia rítmica

Estudos têm mostrado que ritmo é a base da conversação, gerando uma sincronia entre falantes e ouvintes. Segundo Tannen, Condon (1963)²⁴ observou que os movimentos dos ouvintes são, algumas vezes, sincronizados com os movimentos e a fala dos falantes. Um exemplo de sincronia é quando, após uma pausa, os falantes iniciam a fala simultaneamente. Assim como em uma dança, a sincronia e o ritmo são cruciais em uma conversa. Segundo Scollon (1982)²⁵, em Tannen (1989), o ritmo age como a noção de contextualização de Gumperz, fazendo com que as pessoas prestem atenção não só na mensagem; mas também na metamensagem, nas atividades que tornam relevante ou cancelam qualquer aspecto do contexto.

- Repetição:

Pesquisadores têm buscado, cada vez mais, estudar a importância da repetição nas interações. Na estilística clássica, a repetição é abordada, principalmente, nos estudos da aliteração e na

²¹ DURANT A. The audience as co- author: An introduction. *The audience as co- author*, ed. By Alessandro Duranti and Donald Brenneis, special issue of *Text*, 6.3, 1986, p. 239-47.

²² BAKHTIN, M.M. *The dialogic imagination*. Austin: The University of Texas Press, [1975] 1981.

²³ VOLOSHINOV. V. N. *Marxism and the philosophy of language*, trans. By Ladislav Matejka and I. R. Titunik. Cambridge, MA: Harvard University Press, [1929] 1986.

²⁴ CONDON, W. S. *Lexical-kinesic correlation*. Ms. Pittsburgh: Western Psychiatric Institute, 1963.

²⁵ SCOLLON, Ron. *The rhythmic integration of ordinary talk. Analyzing discourse: Text and talk*. Georgetown University Round Table on Washington, DC: Georgetown University Press, 1982.

linguística textual, nos estudos sobre coesão. Entretanto, Tannen destaca os estudos de Sacks (1971)²⁶ que demonstraram que usamos a repetição de sons e palavras sistematicamente na conversa espontânea. Muitas vezes a mesma palavra é utilizada com alguma mudança. A repetição de frases na conversação foi observada por vários pesquisadores, dentre eles a autora destaca Labov (1972)²⁷, Ochs (1979)²⁸, Tannen (1979)²⁹ dentre outros. Para Labov (1972) a repetição de frases é uma estratégia avaliativa.

▪ A indiretividade como participação na construção do sentido:

Nenhum texto, de nenhum tipo, pode ser compreendido sem considerarmos o contexto partilhado e o *background*. As pessoas nem sempre dizem aquilo que elas querem comunicar, por isso são indiretas, necessitando assim da contribuição do outro na construção do sentido. A indiretividade serve para salvar a face caso a contribuição conversacional não seja compreendida ou caso o participante deseje alcançar um sentido de afinidade. Tal sentido surge do ser compreendido sem precisar dizer o que deseja literalmente ou diretamente. Esse uso da indiretividade contribui para o envolvimento através da construção de sentido mútuo dos participantes. Esse termo é muito utilizado, como vimos anteriormente, no modelo de polidez de Brown & Levinson.

²⁶ SACKS, Harvey. Lecture notes, March 11, 1971.

²⁷ LABOV, W. The transformation of experience in narrative syntax. *Language in the inner city*, 354-96, 1972. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

²⁸ OCHS, E. Planned and unplanned discourse. *Discourse syntax*, ed. by Talmy Givon, 51-80, 1979. New York: Academic Press.

²⁹ TANNEN, D. What's a frame? Surface evidence for underlying expectation. In: FREEDLE, R. O. (ed.) *New directions in discourse processing*. Norwood, NJ: Ablex, 1979, p. 137-81.

- Figuras de Linguagem :

Dentre as figuras de linguagem, Tannen (1989) destaca a metáfora, a metonímia, a sinédoque e a ironia. Ela enfatiza que o uso dessas figuras é norma na linguagem e não exceção, visto que nem sempre uma interpretação literal cria o sentido por nós desejado.

- Diálogo construído:

Recursos discursivos como o uso da própria voz ou da voz de outros para recriar citações, chamados por Tannen de diálogo construído, marcam o envolvimento emocional do falante e ocasionam uma imaginação alternativa. A autora destaca ainda que vários linguístas (Chafe, 1982; Labov, 1972³⁰; Schiffrin, 1981³¹ e Coulmas, 1986)³² observaram que o discurso conversacional representa facilmente o que os outros falaram (discurso reportado) como diálogo (discurso direto, indireto e citações), afirmando que o discurso direto é mais vívido, mais eficaz.

- Imagens e detalhes:

Alguns estudos da linguagem cotidiana têm considerado o uso da criação de imagens através de palavras como uma preocupação importante. Citando Chafe (1984),³³ a autora argumenta que os exemplos conversacionais são caracterizados por uma tendência para a concretude e a 'imagibilidade'. Um exemplo particular é também representado como uma cena, quando dizemos algo, nós e nossos interlocutores criamos a cena daquilo que estávamos narrando ou descrevendo.

³⁰ LABOV. W. The transformation of experience in narrative syntax. *Language in the inner city*, 354-96. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

³¹ SCHIFFRIN. D. Tense variation in narrative. *Language*, 57.1: 45-62, 1981.

³² COULMAS. F. *Conversational routine*. The Hague: Mouton, 1986.

³³ CHAFE. W. *Integration and involvement in spoken and written language*. *Semiotics unfolding*, ed. By Tasso Borbe, 1095-1102, 1984. Berlin: Mouton.

- Narrativa:

Com relação à narrativa, Tannen afirma que contar uma estória na conversa pode, por si só, ser uma estratégia de envolvimento. Afirma ainda que quando há um alto grau de envolvimento, as pessoas tendem a contar suas próprias experiências pessoais e os sentimentos relativos a esses eventos.

Vimos, portanto, que todas as estratégias listadas trabalham para comunicar significado e para criar envolvimento. O uso do diálogo construído na conversação exemplifica a operação simultânea de som e sentido na linguagem. Na interpretação do significado pelo enquadre do diálogo construído com a fala do outro e a animação da voz do outro, os falantes criam ritmo e som, ao mesmo tempo que compartilham o significado. Tannen afirma ainda que a criação de ritmos da fala é de suma importância.

Todas as estratégias são formas de falantes e ouvintes compartilharem o que estão falando ou escrevendo. Segundo Labov (1972), em Tannen (1989), essas estratégias contribuem para o ponto principal do discurso, apresentando o assunto do discurso da forma como falantes e ouvintes irão compartilhá-lo. Nos termos de Bateson (1972), as estratégias de envolvimento contribuem para a metagemagem, no nível em que uma relação do falante com o assunto da fala e com os outros participantes é negociada.

O entendimento é facilitado, até mesmo se torna possível, por uma experiência emocional de envolvimento interpessoal, visto que a cognição e a emoção são inseparáveis. Tal afirmação é compatível com os estudos de Selting (1994) que mostram que o envolvimento é uma noção interpretativa que faz referência ao campo das emoções e atitudes. Ela afirma ainda que essas interpretações dependem do uso de pistas, as quais equivalem às estratégias apontadas por Tannen (1989).

O estilo marcado pelas estratégias de envolvimento é chamado por Selting (1994) de Estilo Enfático. A autora destaca que “sinais de ênfase ou surpresa são manifestações emotivas

importantes e comuns nas quais o envolvimento ‘mais-que-normal’ é expresso linguisticamente por pistas que sugerem o apropriado enquadre interpretativo” (1994, p. 376).

O uso dessas estratégias sinaliza também, nos termos de Bateson (1972), a metamsagem de ‘*rapport*’ entre os interlocutores que, deste modo, experienciam o compartilhamento de convenções comunicativas e habitam o mesmo mundo do discurso. É essa relação de afinidade que apresentaremos a seguir.

2.3. O *rapport* como estratégia de envolvimento

Como vimos, a busca de relações amigáveis e a manutenção do sentimento de aceitação norteiam as relações humanas e são trabalhadas por vários autores com abordagens diferentes. Discutiremos, nesta parte do nosso trabalho, algumas daquelas que visam o uso da linguagem como forma de estabelecimento e manutenção dessas relações. Dentre os vários autores destacamos Placencia (2004); Coupland, J., Coupland, N. & Robinson (1992); alguns capítulos da obra *Small Talk* editada por Coupland J.(2000), com destaque aos de Holmes, Tracy & Naughton e McCarthy; Holmes, 2003 e Coupland, J. 2003.

Ao analisar a literatura supracitada, percebemos que não há um consenso quanto à nomenclatura utilizada – o que para alguns é comunicação fática, para outros é *small talk* e para outros é *rapport*. Buscando evitar possíveis problemas de interpretação, posto que não objetivamos neste trabalho a busca de uma terminologia única, baseamos nosso estudo de *rapport* no trabalho de Placencia (2004)³⁴, no qual ela adota o conceito de *rapport* de Auston.

³⁴ *Rapport-building in service encounter interactions – the case of tiendas de barrio in Quito* é um estudo que investiga o uso do ‘*rapport*’ nos encontros de compra e venda de produtos alimentícios básicos em um bairro do subúrbio de Quito, o qual buscava comprovar a importância e as influências da convivência entre os participantes nas interações.

(1988, apud Palcencia, 2004)³⁵ Para o autor, *rapport* é uma forma de estabelecimento e manutenção de relações amigáveis, sendo assim um termo amplo que abrange várias atividades: comunicação fática, cumprimentos, *language play*, perguntas do tipo ‘como vai você?’, despedidas amigáveis, entre outras utilizadas nas estratégias de polidez positiva. Veremos agora, mais especificamente, cada uma das manifestações dessa função chamada *rapport*.

- Comunicação Fática ou *Small Talk*

Os estudos sobre *small talk* sempre partem de Malinowski que a apontava como um “tipo de fala na qual laços de união são criados meramente pela troca de palavras”. É a linguagem usada livremente, sem objetivo, na construção de ‘simples relações sociais’ ([1923] 1972, apud Coupland, 2000)³⁶.

A origem do nome ‘fática’ vem da alusão à função fática da linguagem estudada por Jakobson (1960) cujo objetivo era de testar e manter os canais da comunicação. Por esse motivo, por muito tempo, os estudos da comunicação fática ou *small talk* eram vistos como localizados unicamente no início e no final da interação.

Muitos estudiosos consideravam o *small talk* como um modelo de fala convencionalizado e periférico, utilizado para manter um senso de comunidade e camaradagem com os outros. Porém, estudos mais recentes mostram que, independentemente da localização, é forma de manter senso de amizade e intimidade na interação, podendo constituir a maior parte da interação. Nesse sentido, o uso da comunicação fática pode ser estudado como forma de realização da polidez positiva.

³⁵ ASTON. Learning Comity. An Approach to the Description and Pedagogy of International Speech. Editrice, 1998.

³⁶ MALINOWSKI. B. The problem of meaning in primitive languages. In C. K. Ogden and I. A. Richards (eds) The Meaning. London: Routledge and Kegan Paul, pp. 146-52,

Pelo fato de *small talk* ainda ser visto dessa forma por alguns autores, a comunicação fática não é vista como importante. Por esse motivo buscamos, neste trabalho, desenvolver uma posição contrária a essa visão demonstrando a real importância do *small talk*, principalmente nos locais de trabalho.

Várias outras definições de *small talk* poderiam ser citadas, porém preferimos discutir a inicial apontada por Malinowski e especificar as formas prototípicas dessa modalidade de fala³⁷ que são “perguntas sobre saúde, comentários sobre o tempo, afirmações de alguns estados óbvios das coisas”. O autor aponta que todas essas formas são intercâmbios, não para informar, mas, para conectar pessoas a ações, certamente, não para expressar pensamento algum. ([1923] 1972, apud COUPLAND, 2000, p. 151)

Contrastando a afirmação de que a comunicação fática não é importante com os estudos de Labov (1972, apud COUPLAND 2000)³⁸ e de Schegloff (1986, apud COUPLAND, 2000)³⁹ percebemos que é na conversação cotidiana que apreendemos a ordem social da conversa, visto ser essa a matriz da qual derivam todos os outros tipos de fala, não podendo portanto ser considerada como algo simples e sem importância (COUPLAND, 2000).

Tracy & Naughton (2000) destacam que o *small talk* é uma ferramenta que utilizamos para alcançar metas interacionais, tendo funções específicas. Embora existam vários estudos a esse respeito, ainda há muito a se discutir sobre as funções sociais desempenhadas pelo uso de *small talk* (COUPLAND, 2000, p. 5). Neste trabalho, nos deteremos àquelas relativas aos ambientes de trabalho⁴⁰.

³⁷ Para um estudo mais aprofundado no conceito de comunicação fática remeto a Coupland, J, Coupland, N & Robinson (1992)

³⁸ LABOV. W. Sociolinguistic Patterns. Philadelphia:University of Pennsylvania Press, (1972).

³⁹ SCHEGLOFF. E. The routine as achievement. Human Studies 9: 111-51 (1986).

⁴⁰ As funções sociais do *small talk* em ambientes de trabalho serão analisadas no item 2.3.1

- Language Play

A manipulação de elementos da linguagem que envolve: utilização de formas linguísticas, criação de realidades alternativas e uso social de intimidade relacional e conflito são considerados como *language play*. São brincadeiras que, em outros contextos, poderiam ser consideradas como ofensas. É composta por apelidos, abreviação de nomes, ironia, deboche e brincadeiras que denotam intimidade e afetividade.

Essas formas linguísticas são estudadas por Brown & Levinson (1987) como uma das estratégias de polidez positiva, sendo consideradas como uma forma de minimizar uma ameaça à face positiva do outro. Destacamos, porém, que as brincadeiras podem também ser usadas para a criação de distância e respeito no discurso visto que possibilitam que os participantes digam coisas que poderiam não ser toleradas em outros contextos (ZAJDMAN, 1995).

Ressaltamos ainda que, independentemente da situação e do objetivo esperado, o uso de *language play* deve ser sempre focalizado pelo enquadre ‘isto é uma brincadeira’ e por esse motivo não deve ser tomado como ofensa.

Straehle (1993), citando Schiffrin (1984), destaca que o uso da brincadeira reflete familiaridade e intimidade, apesar da forma utilizada para isso ser antagônica, ou seja, significar literalmente o oposto daquilo que queremos comunicar. Defende ainda que o sucesso de uma brincadeira revela que os participantes possuem uma relação baseada na amizade.

- Cumprimentos:

Geralmente, iniciamos uma interação com o uso de uma forma linguística de cumprimento. O uso desses cumprimentos indica o desejo da pessoa de iniciar uma relação social. Quando a forma escolhida é o nome da pessoa, pressupõe uma relação entre conhecidos,

marca que não é um encontro impessoal. Perguntas ‘como vai você?’ também denotam intimidade e conhecimento e podem estender-se a outros membros da família.

Embora sejam considerados como convencionalizados ou ritualizados, Coupland(2000) destaca que essa caracterização é apenas aparente, visto que quando examinamos os diferentes comportamentos sociolinguísticos percebemos que as aberturas podem sofrer variações dependendo do contexto e da cultura.

- Risos

Dentre os vários efeitos que o riso pode provocar em uma interação, destacamos o estabelecimento da intimidade e hipotetizamos que ele pode marcar o enquadre de brincadeira, ou seja, quando sorrimos marcamos que não atribuímos seriedade àquilo que dizemos ou agimos como se não o fizéssemos.

- Despedidas

Os termos que utilizamos como fechamento em nossas interações são mais que meros termos convencionais. Incluem, dentre outros, felicitações, desejos de sorte e saúde que, normalmente, retomam o assunto abordado na interação, um exemplo dessa retomada é quando conversamos com uma pessoa sobre uma viagem a ser realizada e nos despedimos desejando que ela aproveite bastante o passeio.

Como destacamos no início dessa sessão, podem haver divergências entre a nomenclatura que apresentamos aqui e a utilizada por alguns autores; porém, nosso objetivo é demonstrar que todas as atividades de fala descritas acima cumprem o papel de estabelecer uma relação de envolvimento entre os participantes. Não defendemos que, ao utilizarem o *rapport*,

as pessoas portem-se como amigos íntimos, mas que também não agem simplesmente como agentes de uma transação. O estudo de Placencia (2004) defende que a causa desse posicionamento seria a relação de ‘confiança’ entre os participantes. Ela define ‘confiança’ como o resultado de um contato frequente entre as pessoas, o que as torna conhecidas e gera comportamentos específicos.

Vários tópicos conversacionais podem ser usados com a função de estabelecer afinidade, os que são considerados como típicos, por serem mais encontrados nos estudos de *rapport*, incluem: tempo, saúde, problemas domésticos e políticos, escola e trabalho dentre outros. Muitas vezes, eles ocupam a maior parte de toda a conversa e são escolhidos a partir de fatores como o sexo, a idade e o papel social dos participantes. É importante destacar que, ao utilizarem o *rapport*, os participantes podem não representar simplesmente seus papéis institucionais, modificando no decorrer da interação não só o seu papel social, mas também o seu alinhamento que constitui a posição, a projeção do “eu” de um participante na sua relação com o outro, consigo próprio e com o discurso (GOFFMAN, 1979 apud RIBEIRO & GARCEZ, 1998). Os alinhamentos são considerados contextos dinâmicos, visto que os participantes, o tempo todo, negociam e modificam seu posicionamento em relação um ao outro. Eles representam contornos sutis, porém relevantes, na projeção de um papel social, presentes em qualquer situação interacional (RIBEIRO & Pereira, 2004).

Relativo ao *rapport*, nosso trabalho focaliza sua influência nas interações de compra e venda. O fato dessas interações serem orientadas para uma tarefa específica as classifica como interações transacionais e torna necessário um breve estudo sobre o contexto e a conversa institucional.

2.3.1 O Papel do *Small Talk* no Contexto Institucional

Considerando-se que a geração de nosso corpus de dados se dá através da gravação de dois encontros em escritórios de empresas, com finalidades específicas de negociar a aquisição de matéria prima e a terceirização da produção, e que os participantes eram profissionais, torna-se necessária uma breve discussão sobre esse tipo de encontro.

Segundo Mitchell (1957), em McCarthy (2000),⁴¹ as interações que têm como tarefa específica a compra e venda de produtos apresentam uma estrutura típica que seria composta por: saudação, pergunta se o objeto está à venda, investigação do objeto, barganha e conclusão. McCarthy (2000) aponta várias outras estruturas e vários outros estudos sobre esse tipo de negociação, afirmando que o principal tema abordado pelos pesquisadores é a tensão existente entre os elementos básicos transacionais e o uso do *small talk*, ou seja, entre a formulação e alcance das metas conversacionais e a construção das relações.

Tal tensão apontada pelos pesquisadores pode ser reforçada por Garcez (2002) ao afirmar que em uma “negociação comercial” a tarefa de ordem é conversar para tomar decisões mutuamente aceitáveis que gerem compromissos futuros e que a conversa informal que possa ocorrer em certos momentos e o fato dos participantes considerarem-se como amigos são aspectos secundários.

O foco de nosso estudo é justamente naquilo que é tratado por Garcez (2002) como marginal. Vejamos, portanto, como o *small talk* é utilizado em locais de trabalho.

⁴¹ MITCHELL. T. F. The language of buying and selling in Cyrenaica: a situational statement. *Hesperis* XLIV: 31-71,(1957).

2.3.1.1. O uso de *small talk* em locais de trabalho

Holmes (2000) discute a distribuição, a posição estrutural e a função do *small talk* em locais de trabalho. Afirmando que os tipos de fala existem em um *continuum*, a autora argumenta que oscilamos entre a ‘fala de negócios’ e a comunicação fática em nossas interações em contextos institucionais.

Holmes destaca que embora a comunicação fática sirva, claramente, para estabelecer um contato inicial diário entre dois colegas de trabalho, ela serve também a outras funções, tanto afetivas como referenciais, reforçando a afirmação de que “a fala é inerentemente multifuncional” (Holmes, 2000 p. 33).

Segundo Coupland, J; Coupland N & Robinson, J. (1992), a função fática da fala emerge “de sua organização sequencial local em episódios particulares contextualizados e que é manifestada pela saliência momentânea de metas interacionais particulares”(p.215).

Identificados os principais critérios para a distinção entre a fala centrada em negócios e a comunicação fática, a autora cria um *continuum* e explica os extremos do mesmo. De um lado temos a conversa institucional como sendo relevante (no que tange a organização institucional), focada, frequentemente limitada pelo contexto, dotada de uma agenda específica e com conteúdo bastante informativo. Do outro lado temos a comunicação fática que, independe do contexto específico de trabalho, tem principalmente funções sociais. Embora seja minimamente informativo, o *small talk* é muito importante na construção da afetividade e na manutenção de boas relações entre os participantes. Holmes afirma que a progressão entre os extremos não é linear e que as fronteiras são permeáveis.

Quanto à posição estrutural, o *small talk* é encontrado tipicamente, mas não exclusivamente nas fronteiras interacionais. Os cumprimentos e despedidas, como dito

anteriormente, são sequências de abertura e fechamento. Eles são praticamente obrigatórios no primeiro e no último encontro do dia e sua falta só é justificada pelo surgimento de um problema de trabalho urgente. A autora destaca ainda que quando o cumprimento inicial é dispensado, mesmo que por problemas de trabalho, a atenção aos desejos de face positiva do outro ocorre depois, muitas vezes, com um pedido de desculpas.

O uso da comunicação fática é considerado por Holmes como responsável por uma gama de funções, dentre as quais destacamos a de atender aos desejos de face positiva e a orientação dos papéis dos participantes na relação.

Outra afirmação é a de que o tamanho do *small talk* reflete vários fatores, dentre eles Holmes destaca o lugar e o tempo, dessa forma, quando o encontro acontece no corredor e as pessoas estão sem tempo, ele tende a ser menor do que quando se encontram no almoço ou na hora do lanche.

No contexto de trabalho, Holmes afirma que além de delimitar as fronteiras e transições o uso do *small talk* “serve simultaneamente a importantes funções sociais construindo, expressando, mantendo, e reforçando as relações interacionais entre aqueles que trabalham juntos” (Holmes, 2000, p.48).

Para a autora, prestar atenção aos desejos da face dos outros é um componente crucial no estabelecimento de uma relação de amizade⁴², conseqüentemente, *small talk* é considerado como um dos principais exemplos de polidez positiva, sendo sinal de que os desejos dos interactantes, suas ações, aquisições e valores são apreciados e compartilhados pelo falante (Brown & Levinson, 1987, p. 101).

⁴² Para mais informações sobre este assunto a autora remete a Holmes, 1995 e Coats, 1996.

Finalmente, destacamos que o discurso em locais de trabalho envolve também a construção de relações de poder, visto que as pessoas reproduzem seu poder institucional no seu uso do discurso⁴³.

A esse respeito a autora sugere, a partir dos resultados de sua análise, que “o gerenciamento do small talk é, geralmente, uma manifestação indireta e polida das relações de poder nos locais de trabalho”. (Holmes, 2000, p. 56), sendo a extensão e o assunto abordado, tipicamente, determinados por aqueles que detém o poder. O *small talk* também pode ser usado por subordinados para exercer poder, mas esse uso deve ser validado pelo seu superior.

Traçar uma interface entre polidez positiva, estilo enfático e *rapport* foi a forma encontrada por nós para descobrir como os participantes geram e mantêm envolvimento interpessoal em ambientes de negócios. A análise das estratégias usadas pelos participantes nos encontros que compõem nosso corpus será apresentada no próximo capítulo.

⁴³ A autora cita e recomenda várias pesquisas sobre esse tema e cita como exemplo Crawford, 1995 e Davies, 1991.

3. O USO ESTRATÉGICO DE ENVOLVIMENTO

Neste capítulo, analisamos as estratégias utilizadas pelos participantes para gerar e manter envolvimento. Primeiramente, investigamos o sistema de face predominante em cada encontro através da análise dos fatores distância e poder.

Em um segundo momento, focalizamos os principais trabalhos de face utilizados pelos participantes na construção das relações interpessoais.

Finalmente, analisamos os diferentes usos das várias realizações do *rapport* nos dois encontros, buscando descobrir a influência do *rapport* e do envolvimento nos alinhamentos e enquadres utilizados pelos participantes.

3.1. Os sistemas de face em foco: solidariedade x hierarquia

No item 2.1.3., vimos que Scollon & Scollon (1997) defendem que o sistema de face escolhido por falantes e ouvintes em uma interação resulta principalmente da influência de dois fatores sociais: poder e distância.

Retomando a apresentação dos participantes, realizada no item 1.2., podemos verificar que as relações Jorge/ Renato e Jorge/ Manoel enquadram-se em relações próximas, marcadas pela ausência de distância (-D), visto que os participantes estão sempre em contato, pelo menos uma vez por semana. Quando tratamos aqui essa relação como -D, não estamos afirmando uma

amizade íntima, nem abordamos a questão do afeto, seguindo assim a análise dos autores que nos serviram de base⁴⁴.

Com relação a poder, pudemos notar que do ponto de vista socioeconômico não há uma diferença de poder entre os participantes, uma vez que esses se encontram em uma mesma classe social.

Focalizando o encontro I, notamos que apesar de algumas diferenças pessoais, como a de escolaridade no caso de Jorge e a de cargo no caso de Renato, essas diferenças não são suficientes para classificar a relação entre eles como assimétrica, sendo, então, classificada como -P. O principal fator no qual baseamos esta afirmação é o conhecimento compartilhado resultante da convivência no mesmo meio social, que segundo Placencia (2004) corresponde a uma relação de ‘confiança’ (cf. item 3.3.). O fato de Renato participar do dia-a-dia da empresa de Jorge e partilhar amigos em comum, como visto no segmento 2, ilustra essa situação.

Segmento 2

→ 13 renato tá chegando pedido pro cê lá no correio lá. Chegou lá no
 14 pedro. °lá de:: magé.°
 15 jorge não. é de lá de:::=
 16 renato =magé?
 17 jorge não, é: além paraíba. e o filho da zunha ainda abre a minha
 18 carta ainda. a [carta veio no meu nome]

(anexo 2, p. 2)

Esse segmento ilustra a existência de uma relação de (- D) entre Jorge e Renato, quando este, na linha 13, mostra estar inteirado dos negócios de Jorge.

Retomando a classificação de Scollon & Scollon (1997), quando a relação entre os participantes é marcada pela inexistência de poder (-P) e eles são bastante próximos (-D) os participantes estão utilizando o Sistema de Polidez de Solidariedade que é caracterizado por um alto grau de envolvimento. Notamos que o Encontro I é marcado por relações de solidariedade, como ocorre no segmento a seguir:

⁴⁴ Pela necessidade de recorte, o tema afeto não será abordado nesta análise; ressaltando, porém, que se faz necessário um estudo da influência do afeto nas negociações de compra e venda em nossa região.

Segmento 3

→ 23 jorge °por falar nisso eu preciso de nota, tá?°
 24 renato °eu arrumo pra você.°
 25 jorge eu preciso de nota porque eu tô dando muita entrada só fora
 26 do estado, (1.0) e eu não sabia disso não, se você comprar
 27 de microempresa de fora do estado você paga dezoito por
 28 cento, não é?

(anexo 2, p. 7)

Observamos, na linha 23, que Jorge diz estar precisando de nota fiscal e que na linha seguinte Renato prontifica-se, de imediato, a suprir a necessidade de Jorge sem nenhum tipo de hesitação ou contestação.

Como destacado no capítulo teórico, as estratégias de envolvimento definidas por Scollon & Scollon (op. cit.) estão diretamente associadas às estratégias de polidez positiva de Brown & Levinson (1987). Por esse motivo, e por serem mais completas e abrangentes, utilizaremos como instrumento de análise para esse encontro as estratégias de polidez positiva, com o intuito de verificar a importância do uso de estratégias de envolvimento nesse evento.

No encontro II, porém, observamos que, apesar de os participantes terem um contato semanal como no primeiro caso, a relação que se estabelece entre Manoel e Jorge baseia-se numa relação de poder. Manoel reivindica para si o poder que lhe confere o saber e expertise na área em que opera. O fragmento abaixo ilustra essa situação.

Segmento 4

32 jorge é (.) mas teoricamente que é um prejuízo muito grande.
 33 manoel não deixa de ser, só que =
 34 jorge = não pode ser (isso tudo).
 → 35 manoel isso aí, em todas as gráficas você tem que calcular o papel
 36 com mais ou menos cinco por cento, de três a cinco por cento do
 37 seu custo.
 38 jorge sim.
 39 manoel todo mundo faz isso.
 40 jorge cinco mil, três, cinco por cento vai dar?
 41 manoel como é que é, cinco mil folhas, cinco mil batidas mais três
 42 por cento, cinco mil cento e cinquenta.
 43 jorge eu pus seis mil.
 44 manoel não, mas eu tava calculando em cima de seis mil, então seis
 45 mil seria seis mil mais cinco por cento seis e trezentos, isso
 → 46 aí é o beabá de gráfica.

(anexo 3, p. 8)

Na linha 35, Manoel diz a Jorge como conduzir seus negócios, alinhando-se como um professor que, como confirma a linha 46, ensina o beabá a seus alunos. Ao reenquadrar a negociação como uma aula, Manoel passa a atuar em um sistema marcado pela hierarquia, no qual o poder é estabelecido através do saber.

Segundo Scollon & Scollon (1997), quando uma relação é marcada pela diferença de poder entre os participantes essa relação está inserida no sistema Hierárquico. Esse sistema é caracterizado por relações assimétricas e pelo fato de os participantes utilizarem diferentes sistemas de polidez, ou seja, enquanto aquele que detém o poder utiliza de forma predominante estratégias de envolvimento⁴⁵ (polidez positiva - segundo Brown & Levinson, 1987), o subordinado utiliza estratégias de independência (polidez negativa - segundo Brown & Levinson, 1987).

Como apontado acima, no segmento 4, a relação entre Jorge e Manoel pode ser classificada como assimétrica e Manoel é visto como aquele que reivindica o poder através do conhecimento no meio gráfico. Porém, esse participante não utiliza a polidez positiva, ao contrário, estrutura sua fala como uma ordem direta (linha 35) ao utilizar o verbo *ter*, agravando a face negativa de Jorge. Notamos, portanto, que nossos exemplos só se aplicam à parte da teoria referida à assimetria das relações em sistemas hierárquicos, mas que a orientação da fala de Manoel não confirma as hipóteses de Scollon & Scollon (1997) visto que o que predomina em suas contribuições não pode ser classificado como estratégia polidez positiva. Tal suposição pode ser observada no segmento 5 quando Manoel claramente desvincula seu ponto de vista do de Jorge.

Segmento 5

11 manoel [só] que você tem que ver uma coisa=
12 jorge = perái.

⁴⁵ É importante ressaltar que o significado do termo envolvimento para Scollon & Scollon (1997) é mais restrito do que o utilizado por nós no item 3. Para esses autores, envolvimento equivale à face positiva de Brown & Levinson (1987); para nós, é um termo mais amplo que nem sempre é positivo.

→ 13 manoel se você fechou um pacote com ele, a gente tem que ver que
 → 14 aqui.=
 15 jorge =perai.
 → 16 manoel é outra coisa.

(anexo 3, p. 2)

Ao afirmar “aqui é outra coisa”, Manoel mostra a Jorge que não partilha do ponto de vista de que o preço para pacotes fechados com clientes deve ser diferente. Para ele é indiferente a relação entre Jorge e seus clientes, o preço cobrado pelo seu serviço independe dessa relação. Observamos, no entanto, que após muita reclamação e ameaças à face positiva de Jorge, Manoel concede ao outro o desconto desejado.

Segmento 6

→ 14 jorge chegamos a um denominador comum de?
 15 manoel é, ahm, olha só, aqui você fez a quarenta, aqui dezesseis,>
 16 eu nem precisava saber o preço que você vende por aí.<
 17 jorge ahm.
 18 manoel porque é lógico, o meu preço é <um e vinte o milheiro.>
 19 jorge sim.
 20 manoel esse aqui você fez duas vezes e meia a menos que essa aqui.
 21 jorge Sim.
 22 manoel olha só o que eu vou fazer, duas vezes e meio. °um ponto dois
 23 dividido por dois ponto cinco° pra continuar na sua mesma
 24 margem de lucro, eu tô (.) <me adequando ao seu preço>
 25 jorge sim.
 26 manoel não você a mim, eu a você.
 27 jorge sim.
 28 manoel olha só, teria ((risos)) que ser na faixa de cinquenta
 29 centavos o milheiro deste aqui e um e vinte esse aqui.
 30 jorge É aí você faz uma média=
 31 manoel =é aí como é que () não eu tô indo na mesma proporção
 32 que você fez. dezesseis. quarenta. tá? agora os meus
 33 funcionários ali, a mesma quantidade de horas vão ser gastas,
 34 mesma mane- mesma coisa, cobrando quatro ponto cinquenta< ou
 35 um ponto dois aqui.> é a mesma quantidade de horas.
 36 jorge sim.=
 37 manoel =o funcionário lá não sabe se eu cobre mais barato ou se o
 38 cara fez de graça [()]
 39 jorge [é: esse daqui] é pior pra destacar do que
 40 esse daqui. (1.0)
 41 manoel tá. concordo plenamente, esse aqui é pior do que esse daqui.
 42 (1.0)tudo bem, não resta dúvida, mas, porém todavia, o preço
 43 fixo de milheiro, justamente,< por um ser pior que o outro,
 44 tem uma média de preço.> seria um ponto dois,< o que daria
 → 45 pra fazer o quê? < no total entre todos>, te quebrando o
 46 galho dessa vez, que não se repita, você chega pra mim e
 47 fala, “o:h, esse aqui é do mesmo dono, eu fiz um preço bom,
 48 O que é que você faz, antes? aí eu vejo o que que eu posso
 49 fazer antes (se eu dispenso nisso) ou não, tem que ser assim,

→

50 jogar aberto, senão não tem (jeito não) seria na faixa de uns
 51 (0.5) ponto oito, tudo.(.) todos (4.0) você entendeu a minha
 52 colocação?
 53 jorge entendi.

(anexo 3, p. 3)

Na linha 14, Jorge sinaliza que busca um acordo com relação ao preço a ser cobrado pelo serviço. Com esse movimento, o participante demonstra ter conhecimento das desavenças relacionadas ao custo do serviço, porém reivindica um coeficiente comum. Após reafirmar a inexistência de uma base comum entre eles e justificar seu ponto de vista, Manoel concede o desconto a Jorge enquadrando esse desconto como um favor que não será concedido novamente (linhas 45 e 46). Ao finalizar seu turno, Manoel, mais uma vez, enquadra Jorge como um aluno – aluno que acaba de ser repreendido – ao perguntar se Jorge entendeu sua colocação.

A análise das principais estratégias de trabalho de face a seguir mostra que os participantes selecionam diferentes estratégias de trabalho de face em função de operarem com diferentes sistemas de face: a relação entre Jorge e Renato baseia-se no sistema de solidariedade e a relação Manoel / Jorge no sistema hierárquico.

3.2. Os movimentos de trabalho de face

Por razões metodológicas, dividiremos a análise dos trabalhos de face em duas partes. Na primeira, focalizaremos as estratégias utilizadas pelos fornecedores de bens ou serviços (Renato e Manoel). Em um segundo momento, focalizaremos os movimentos de face realizados pelo comprador (Jorge).

3.2.1 Trabalhos de face do vendedor/fornecedor de bens e serviços

Para realizarmos esta análise, apoiamo-nos no estudo de Penman (1990) que diz que não podemos considerar trabalho de face simplesmente como algo voltado ao ouvinte, mas que temos que considerá-lo como estratégias que orientamos de acordo com nossas metas comunicativas. Dessa forma, ao analisarmos uma estratégia utilizada pelos participantes, buscamos observar quais efeitos são gerados para si e para o outro, considerando a multifuncionalidade dos trabalhos de face.

No que tange os trabalhos de face dirigidos ao self, notamos que Renato e Manoel utilizam estratégias distintas. Após examinarmos os dados, verificamos que devido à diferença de alinhamento ocorre também uma diferença na reivindicação da face pelos participantes. Enquanto Renato se alinha como amigo para reivindicar a face da camaradagem, Manoel se alinha como *expert*, reivindicando a face da competência.

3.2.1.1. A face da camaradagem

Renato utiliza-se do sistema de face de Solidariedade, que de forma semelhante às estratégias de polidez positiva, atende aos desejos de face positiva do outro para que, ao mesmo tempo em que dá face positiva a Jorge, seja aceito pelo comprador como membro do grupo e como uma pessoa apreciada.

O vendedor reivindica base comum de várias formas, porém o que é mais saliente em nossos dados é a indicação de que falante e ouvinte pertencem a um mesmo grupo, como foi mostrado no segmento 2. Ele afirma ainda que conhece os desejos do comprador e por isso busca evitar possíveis desacordos. Como podemos verificar no segmento abaixo.

Segmento 7

01 renato =() sete sete. ((durante 16.0 ele sussurra
 02 fazendo contas))jorge, eu não vou te dar o preço deste aqui
 → 03 não, jorge. eu vou te dar o preço deste outro aqui. (2.0)
 04 porque se vier esse aqui, que tem o: blister e tem o dpj,
 05 esse blister é mais caro.(1.5) entendeu?=
 06 jorge =mas é duplex também?
 07 renato é duplex. (3.0) ((sussurra algo)) porque se vier o outro.
 08 (9.0) cinquenta e quatro reais o meia meia. (1.0)

(anexo 2, p. 4)

Após verificar que constavam dois preços diferentes do mesmo formato de papel (formato sete) devido à diferença de marca e não poder garantir qual marca seria entregue, na linha 3, Renato diz que dará ao cliente o preço do produto mais caro. O que costumamos ver como postura de vendedor é o mesmo dar o preço mais baixo para que possa vencer a concorrência; contudo, Renato dá ao cliente o valor mais alto dentre aqueles que estão em sua tabela para que não haja desacordo entre eles caso o papel entregue seja o mais caro. Podemos interpretar o comportamento de Renato, considerando o fato da relação entre eles ser antiga, como uma tentativa de evitar o desacordo que tem como meta a preservação dos negócios. Mesmo que não realize essa venda, manterá aberta a possibilidade de negociações futuras.

Ao analisarmos o comportamento de Renato ao longo da interação verificamos também, em vários momentos, que Renato se alinha como amigo de forma sobreposta ao alinhamento institucional de vendedor. Esse movimento de Renato pode ser observado nos segmentos 8 e 9, em que o representante aconselha Jorge a comprar da concorrência.

Segmento 8

→ 47 renato você pode ver se tem na oliveira o papel. porque eu tenho lá,
 → 48 mas só que o meu não serve para você.=
 49 jorge =não. mas o da oliveira eu sei, é cento e seis reais.
 50 renato então. o meu não serve.
 51 jorge cento e seis.=
 → 52 renato =porque o meu é:: aquele art prêmio, aquele que o pedro fica
 53 enchendo o saco. ((jorge ri)) porque ele é mais mole, mas
 54 é mesmo. ele é () o royal é melhor, só que eu não
 55 trabalho com o royal comercial, nem tenho mais.

(anexo 2, p. 3)

Segmento 9

- 37 renato melhor que o meu, (1.5) esse aí é aquele da ripasa.
 38 jorge com cem folha, (2.0) meia meia ela não tem. (2.0) tá muito
 39 caro, cara.(0.8) cento e três e quinze.
 40 renato o meu foi quanto, (0.5) setenta e quatro?
 41 jorge setenta e quatro (5.0) °tem que ser, não vai ter jeito,° tem
 42 que pedir. Vai da:r cem reais a mais,(2.0) >mas tem que ser.
 → 43 não tem jeito não. (1.0)< como é que faz? >pede lá, né?<
 44 renato aham.

(anexo 2, p. 4)

No segmento 8, Renato indica um concorrente para satisfazer as necessidades de Jorge uma vez que o seu produto é “mais mole” que o do concorrente e, mesmo quando o comprador salienta a diferença de preço entre as duas empresas, Renato reafirma que apesar de mais caro o produto do concorrente atenderá melhor às necessidades de seu cliente. No segmento 9, ele reafirma abertamente a superioridade da qualidade da concorrência ao dizer, na linha 37, “melhor que o meu”. Os exemplos sinalizam a preocupação de Renato na satisfação das necessidades de Jorge e na construção de uma relação baseada na confiança, independente da venda de seu produto.

As atitudes de Renato garantem-lhe transações futuras caso não consiga realizar a venda nessa interação, alinhando-se como uma pessoa que não é imediatista e que se preocupa com o futuro das relações.

No seguimento 9, na linha 43, ao pedir a opinião de Renato, Jorge legitima o enquadre de amizade estabelecido por Renato e a face da camaradagem reivindicada pelo mesmo. A construção da relação baseada na confiança acaba resultando na concretização da negociação. Embora saiba da diferença de qualidade, Jorge compra o papel de Renato, como podemos ver no segmento 10.

Segmento 10

- 54 jorge [mais impressão,] né? para não deixar o cliente
 55 na mão faz-se isso. por que o seu vai chegar que dia?
 56 renato se chegar vai ser na quinta-feira.
 57 jorge [isso tem o se.]

58 renato [vai sair de lá] amanhã.=
 01 jorge =tem sempre a palavrinha se.
 02 renato é, você sabe como é que funciona, eu peço, não tô mandando,
 03 quando chega, ah::, não tinha.=
 04 jorge =tem mais acabou.=
 05 renato =acabou.
 → 06 jorge vai, pede assim mesmo.

Mesmo sabendo da diferença de qualidade de papel e, embora Renato afirme na linha 56 que não tem certeza da entrega do produto, Jorge realiza o pedido do material na linha 06. Ao dizer “pede assim mesmo”, Jorge organiza sua fala utilizando uma estrutura concessiva, mostrando que está consciente dos riscos e que ainda assim deseja fazer o pedido.

Retomando o segmento 3, destacamos ainda que o vendedor (Renato) considera os desejos do comprador (Jorge) e busca atendê-los.

Segmento 3

→ 23 jorge °por falar nisso eu preciso de nota, tá?°
 24 renato °eu arrumo pra você.°
 25 jorge eu preciso de nota porque eu tô dando muita entrada só fora
 26 do estado, (1.0) e eu não sabia disso não, se você comprar
 27 de microempresa de fora do estado você paga dezoito por
 28 cento, não é?

(anexo 1, p. 7)

Prontificando-se a suprir a necessidade de nota fiscal do cliente, Renato busca atender os desejos de face positiva de Jorge e, ao mesmo tempo, reivindica para si a face da camaradagem enfatizando valores como amizade e cooperação.

3.2.1.2. A face da competência

Manoel, por outro lado, realiza os trabalhos de face de forma contrária. Ameaçando/agravando a face positiva/negativa de Jorge, o fornecedor de serviços busca,

através da perda de face do outro, reafirmar sua superioridade profissional, reivindicando para si a face da competência. Nos termos de Goffman ([1967] 1980), Manoel transforma o encontro em uma arena na qual prevalece uma disputa no lugar da consideração mútua. Assim sendo, seu objetivo não é o de atender aos desejos de Jorge, mas sim de marcar pontos positivos a seu favor, aumentando assim sua face. Por esse motivo, dizemos que as estratégias utilizadas por Manoel são de impolidez, dentre elas, a mais frequentemente encontrada em nosso corpus é dizer coisas negativas sobre o outro, como mostra o segmento abaixo.

Segmento 11

35 jorge e o da giz de cera eu tenho que vir depois com você aqui pra
 36 ver com você porque da giz de cera tem que ser de cem em cem.
 37 manoel a cintagem?
 38 jorge é.
 → 39 manoel porque eu tenho que ver isso tudo, porque nunca que dá °por
 40 causa da sua pressa°(0.8) se você me chegar com o tag aqui na
 41 segunda-feira, destaca pra mim, cinta pra mim, eu vou marcar
 42 a hora, vou ver quem tá na produção, quem não tá e vou
 43 explicar >por exemplo< óh dá pra mim fazer, dá pra mim chegar
 44 a tanto pra você, óh sessenta centavos. porque eu sei que dá
 45 pra fazer, mas nesse corre-corre que é o seu serviço, nunca
 46 que dá. há, tá pronto, vem aqui, pára, [faz assim], é
 47 jorge [semana passa-]
 → 48 manoel elástico que manda, eu não sei o custo de quantos elásticos
 49 que dá, porque você traz um pouco, da outra vez você não
 → 50 trouxe aí então a gente fica perdido, vai na camaradagem , e
 51 não pode ser assim.(0.5) não tem condições porque eu não sei
 52 se eu tô tendo lucro,(0.5) você não sabe quanto que você ta
 53 perdendo ou deixando de ganhar. fica difícil, a gente vai
 54 assim, óh , ah deu tá, >no final das contas você nem sabe
 55 quanto deu esta forma direito.<

No fragmento acima, Manoel atribui a Jorge a responsabilidade pelos problemas na execução do serviço. Em um primeiro momento ele contesta a questão do tempo, afirmando que Jorge está sempre com pressa e por isso dificulta o serviço (linha 39). Em um segundo momento (linha 48), questiona a questão dos custos do serviço, afirmando que Jorge compra poucos elásticos para fazer a cintagem dos tags ou não compra, onerando assim o custo de Manoel. Dessa forma, qualquer problema na execução do serviço é condicionado às atitudes de Jorge, deixando subentendido que o que depender de Manoel será bem feito.

Na linha 50, Manoel expressa claramente sua posição sobre a relação amizade/negócios. Ao afirmar “vai na camaradagem e não pode ser assim” o participante confirma o ditado popular “amigos, amigos, negócios à parte”. Esse fragmento mostra que, ao tratar de negócios, Manoel se alinha como profissional, colocando as relações amigáveis em segundo plano e o desejo de ter suas habilidades e conhecimento respeitados como meta principal.

Além de dizer coisas negativas sobre o outro, Manoel diz coisas positivas sobre si e sua empresa, acumulando pontos a seu favor.

Segmento 12

09 manoel [cinco mil é cinco mil, sete mil é sete mil] então você
 10 chega e foi tanto, aí nós vemos batida de máquina e eu vou te
 → 11 falar, aqui dentro não tem erro, aqui dentro é, você vê é cem
 12 tags que estraga, se estragar, é não é que estraga você já
 → 13 destaca e vê que está batido errado. rasgar tag é a coisa
 14 mais difícil que tem, vamos por que rasgue um a cada mil.
 → 15 jorge não, não rasga não, [a perda a q u i] a perda aqui é
 16 manoel [você vai gastar vinte]
 17 jorge insignificante.=
 18 manoel = nem insignificante. [aqui não tem jeito.]
 19 jorge [porque aqui é: uma coisa] é perder uma
 20 folha.
 21 manoel é.

(anexo 3, p. 10)

Na linha 11, Manoel afirma que sua empresa não erra e, na linha 13, atribui a responsabilidade de um possível erro à etapa anterior de produção, colocando-se como *expert* naquilo que faz e classificando sua empresa como competente. Observamos ainda que a face da competência reivindicada por Manuel é legitimada por Jorge nas linhas 15 e 17.

Em vários momentos, Manoel critica Jorge e, muitas vezes, chega a dizer coisas que denigrem a imagem do comprador. Oscilando entre o desejo de fazer pontos e a necessidade de manter o cliente, o Manoel utiliza de forma recorrente a indiretividade e o enquadre de brincadeira, não com o intuito de proteger a face de Jorge, mas buscando proteger a sua. Podemos verificar, no fragmento abaixo, que Renato afirma, indiretamente, que Jorge não é

uma pessoa sincera. Destacamos ainda que, além da indiretividade, ele utiliza os risos para marcar aquilo que diz como uma brincadeira.

Segmento 13

- | | | | |
|---|----|--------|---|
| | 20 | Manoel | isso (.) senta primeiro, fala oh: isso aqui eu [fiz] a tanto, |
| | 21 | jorge | [vou] |
| → | 22 | manoel | [aí eu vou olhar no fundo dos seus olhos] |
| | 23 | jorge | [não e u vou perguntar se tem] |
| → | 24 | manoel | e ver se é verdade.[((r i s o s))] |
| | 25 | jorge | [filho da zunha, babaca] ((risos)) |
| | 26 | manoel | tá? |

(anexo 3, p. 5)

Nas linhas 22 e 24, Manoel utiliza o enquadre de brincadeira para dizer que não acredita em Jorge, esse enquadre é sinalizado pelos risos e legitimado por Jorge. Notamos ainda, devido à multifuncionalidade dos trabalhos de face, que no segmento anterior a brincadeira pressupõe também um pedido de respeito, como se Manoel simultaneamente dissesse: estou brincando e vou entrar em um acordo com você, mas não tente trapacear.

Notamos, portanto, que ameaças que poderiam ser consideradas como ofensas são ditas como brincadeiras. Dessa forma, os participantes geram o clima amistoso necessário para a manutenção das relações profissionais ao mesmo tempo em que promovem distância e respeito, confirmando os estudos de Zajdam (1995) citados no sub-tópico *Language Play*, no item 3.3.

Destacamos, mais uma vez, que as brincadeiras utilizadas por Manuel não são uma forma de dar face positiva a Jorge e por isso não podem ser analisadas como realizações de estratégia de polidez positiva, mas sim como forma de manutenção da relação profissional, sendo analisada, portanto, como uso de *estratégias de envolvimento*, no sentido utilizado por Gumperz (1982, apud TANNEN 1984).

Verificamos que o comportamento de Manoel é bastante constante, exceto no momento em que ele não consegue apreender a forma como Jorge calcula o preço de seus produtos. Como mostra o segmento 14.

Segmento 14

- 51 jorge porque eu tô passando, num vou mentir não, eu tô passando tag
52 pra todo mundo a zero cinquenta.(1.0)
- 53 manoel o quê?
- 54 jorge só para você ter uma idéia como é [que saiu]
→ 55 manoel [mas zero cinquenta o quê?]
- 56 jorge o fator que eu passo para o pessoal é zero cinquenta.
- 57 manoel mas isso o que, milheiro, cento:
- 58 jorge fator de centímetro quadrado.
- 01 manoel ahm.
- 02 jorge tá?
- 03 manoel centímetro quadrado, esse aqui ((aponta para uma das imagens
04 na matriz))deve ter o que? cinco por oito, né?
- 05 jorge é é:: cinco e meio por oito ponto oito.
- 06 manoel cinco ponto cinco vezes oito ponto oito quarenta e um vezes
07 ponto cinco? isso saiu a vinte e quatro o quê? o milheiro?
08 saiu a vinte e quatro zero dois.
- 09 jorge vezes cinco.
- 10 manoel o que que é cinco?
- 11 jorge é.
- 12 manoel mais o que que é cinco?
- 13 Jorge Cinco mil
- 14 manoel ah, quantidade.
- 15 jorge não, é vezes cinco só. (1.5)
- 16 manoel cento e vinte mil reais o milheiro. (1.0) tá errado.
- 17 jorge °não, você quer ver?°
- 18 manoel você me falou que tá fazendo a área, oito ponto oito
19 milímetros [vezes]
20 jorge [vezes]
- 21 manoel vezes cinco ponto cinco.
- 22 jorge vezes cinco, bate aí, vezes cinco
- 23 manoel o que é que é cinco, me [explica]
- 24 jorge [cinco mil] é porque eu só vendo de
25 cinco em cinco.=
- 26 manoel =tá. eu só quero saber para mim ter uma noção do que eu to
27 fazendo.(.) duzentos e quarenta e dois=
28 jorge = vezes ponto cinco.
- 29 manoel vezes ponto cinco, cento e vinte um, agora o quê?=
30 jorge =custa cinco mil.
- 31 manoel ah: cinco mil dividido por cinco, °não sei pra que esse tanto
32 de conta° então sai a vinte e quatro reais o milheiro. (0.5)
33 (contando) com o preço do destaque aqui vinte e cinco reais
34 o milheiro.
- 35 jorge não, esse daqui, (0,5) ((aponta para a imagem do tag que foi
36 vendido em quantidade)) se fosse a preço normal sairia a
37 vinte e cinco, como eu fiz ele a dezesseis reais,
38 manoel hum.
- 39 jorge ele saiu a vinte e nove centavos, ponto vinte e nove. esse é
40 ponto cinquenta o fator.
- 41 manoel hum, caiu iss- saiu a quanto, ponto vinte e nove? (1.5)
- 42 jorge de ponto cinquenta caiu para ponto vinte e nove.

(anexo 3, p. 5-6)

Jorge pressupõe que Manoel conheça a fórmula matemática utilizada para calcular o preço dos tags, por isso, nas linhas 51 e 52 afirma “eu tô passando tags pra todo mundo a zero cinquenta”; pensando que seria entendido.

Manoel, porém, utiliza-se de várias perguntas, ou extensões, para sinalizar que não compartilha o conhecimento de Jorge e por isso necessita de esclarecimentos. As linhas 53, 55 e 57, na página 5; e 10, 12, 23, 29, e 41, na página 6, são exemplos dos pedidos de esclarecimento de Manoel, dentre elas, porém, a linha 23 merece destaque, pois mostra uma inversão de papéis. Ao pedir a Jorge que o explique como funcionam os cálculos, Manoel abandona seu alinhamento de professor e alinha-se como aluno.

É importante destacar que a incompreensão de Manoel é resultado de uma diferença nos referenciais utilizados por Jorge e Manoel. Este calcula o preço de seus produtos tendo como quantidade básica o milheiro; aquele, porém, só vende de cinco em cinco mil, por isso tem como base de seus cálculos cinco milheiros.

Ressaltando que o segmento 14 representa uma exceção no comportamento de Manoel, podemos defender que seus movimentos visam, de forma predominante, à reivindicação da face da competência direcionada ao *self*.

3.2.2 O uso do *aplomb* e da evitação de conflito como estratégias de salvamento de face

Observamos que Jorge parece reagir sempre com *aplomb* e recorrer constantemente a trabalhos de face que envolvem principalmente os processos de evitação de conflito.

Na relação com Renato, mesmo quando o desejo do outro não condiz com os seus, Jorge segue o direcionamento do outro, apesar de fazê-lo de forma jocosa.

Segmento 15

	06	renato	=aí, compra a minha casa, vou mudar para santa catarina.=
	07	jorge	=agora, <u>u</u> é quer que faz o cheque?
	08	renato	vou lá sacar ele primeiro.
→	09	jorge	Ué, ((rindo))ah, você- é só você assinar a escritura aí.
	10	renato	porque você não pede no banco da casa, o banco da casa
	11		te dá um financiamento.
	12	jorge	°aham. tá bom.° quanto é que vale a sua casa?
	13	renato	a minha casa, minha casa vale uns, sei, nem tenho ideia (1.0)
	14		cara, minha casa vale um dinheirinho bom.
	15	jorge	aham, bom, toda casa vale um dinheirinho bom.

16 renato não, [to te falando.]
 17 jorge [passou de] um salário mínimo é dinheirinho bom.=
 18 renato =minha casa tem em baixo uma garagem que num tá pronta.
 → 19 jorge ((risos))
 20 renato uma garagem e tem uma loja de setenta metros=
 21 jorge =tem uma estrutura para uma garagem e uma estrutura para uma
 22 loja de setenta mil metros ((risos))
 23 renato não, estrutura, estrutura, tem estrutura, tem minha casa em
 24 cima que é:: três quartos (sendo) uma suite, duas
 25 cozinhas, uma sala, uma sala e uma cozinha boa, minha sala
 26 tem vinte metros quadrados e minha cozinha também.=
 27 jorge = me vende só a sala, eu moro só na sala.
 28 renato e tem a casa da minha sogra em cima, que tem oitenta metros
 29 também, que é: sala, quarto cozinha e banheiro.
 30 jorge = vai todo mundo embora?
 31 renato vai. se eu for (embora) eu vou falar com um camarada aí pra
 32 ver se ele vai lá olhar, avaliar, (1.0) de [acordo com]
 33 jorge [onde é que é?]
 34 renato itapema, santa catarina. perto de florianópolis.
 35 jorge aqui você mora no?
 36 renato moro no jardim portela, na avenida, ali perto da
 37 universidade. fica ali, tá pertinho da fojuf, pode ir a pé
 38 pra faculdade.
 39 jorge °nossa senhora, cruz credo°, (1.0) uma eternidade pra chegar
 40 lá.
 → 41 renato fala sério.

(anexo2, p. 6)

Mesmo que seu desejo não seja o de comprar a casa de Renato, Jorge dá sequência ao assunto, em tom de brincadeira, evitando assim constranger o vendedor ou ameaçar a face positiva dele. A recorrência dos risos, linhas 09, 19 e 22, marca o enquadre de brincadeira e, na linha 41, ao dizer a Jorge para falar sério, Renato sinaliza ter compreendido que o outro utiliza o enquadre de brincadeira para tratar do assunto compra da casa.

No encontro com Manoel, essa estratégia é encontrada em vários momentos. No segmento 16, Jorge utiliza os risos como forma de salvar sua face.

Segmento 16

52 manoel redondo, já era, olha só quanto que ia dar jorge,
 53 jorge duzentos e sessenta.
 54 manoel não senhor.
 55 jorge sim senhor.
 56 manoel peraí(.) vamos lembrar, vamos recapitular, calculadora não
 57 mente não, peraí.
 → 58 jorge ((risos))

(anexo 3, p. 6)

Ao afirmar, nas linhas 56 e 57, que (calculadora não mente), Manoel utiliza-se da indiretividade para ameaçar a face positiva de Jorge, ao insinuar que ele está equivocado. Jorge

reage como se a atitude de Manoel não ameaçasse sua face. Com os risos, Jorge utiliza o *aplomb* para promover o salvamento de sua face.

No seguimento 17, verificamos que Jorge recorre a uma estratégia protetora de face do *self* (Jorge) antes de fazer uma proposta de pagamento que contraria os desejos de Manoel.

Segmento 17

45 jorge eu te dou na quinta pra você trocar e você ter dinheiro na
46 sexta.
47 manoel em vinte e quatro horas eu me viro, né?
→ 48 jorge vai ali no papai ali, papai: (1.0) paga um jurinho pra ele
49 ali. ((risos))

(anexo 3, p. 12)

Nas linhas 48 e 49, além da presença dos risos, destacamos também o uso do diminutivo (jurinho, papai) como forma de amenizar a imposição que Jorge tenta fazer a Manoel ao escolher a forma de pagamento, enquadrando a troca de cheques (custódia) como uma atitude corriqueira e familiar ao indicar com quem Manoel deveria trocar os cheques. Ao dizer “vai ali no papai”, Jorge faz referência a um outro parceiro, o dono da firma de corte especial que é, na realidade, pai de Manoel.

Outra característica importante na relação Jorge / Manoel é o fato de que por vários momentos, Jorge pressupõe conhecimento partilhado (base comum); porém, esse enquadre não é validado por Manoel que utiliza de forma recorrente pedidos de esclarecimento. O segmento 14, analisado anteriormente, ilustra essa diferença de base comum.

Segmento 14

→ 51 jorge porque eu tô passando, num vou mentir não, eu tô passando tag
52 pra todo mundo a zero cinquenta. (1.0)
→ 53 manoel o quê?
54 jorge só para você ter uma ideia como é [que saiu]
→ 55 manuel [mas zero cinquenta o quê?]
56 jorge o fator que eu passo para o pessoal é zero cinquenta.
→ 57 manoel mas isso o que, milheiro, cento:
58 jorge fator de centímetro quadrado.
01 manoel ahm.
02 jorge tá?
03 manoel centímetro quadrado, esse aqui ((aponta para uma das imagens
04 na matriz))deve ter o que? cinco por oito, né?
05 jorge é é:: cinco e meio por oito ponto oito.
06 manoel cinco ponto cinco vezes oito ponto oito quarenta e um vezes
07 ponto cinco? isso saiu a vinte e quatro o quê? o milheiro?

→

08 saiu a vinte e quatro zero dois.
09 jorge vezes cinco.
→ 10 manoel o que que é cinco?
11 jorge é.
12 manoel mais o que que é cinco?
13 Jorge Cinco mil
14 manoel ah, quantidade.
15 jorge não, é vezes cinco só. (1.5)
16 manoel cento e vinte mil reais o milheiro. (1.0) tá errado.
17 jorge °não, você quer ver?°
18 manoel você me falou que tá fazendo a área, oito ponto oito
19 milímetros [vezes]
20 jorge [vezes]
21 manoel vezes cinco ponto cinco.
22 jorge vezes cinco, bate aí, vezes cinco
→ 23 manoel o que é que é cinco, me [explica]
24 jorge [cinco mil] é porque eu só vendo de
25 cinco em cinco.=
26 manoel =tá. eu só quero saber para mim ter uma noção do que eu to
27 fazendo.(.) duzentos e quarenta e dois=
28 jorge = vezes ponto cinco.
→ 29 manoel vezes ponto cinco, cento e vinte um, agora o quê?=
30 jorge =custa cinco mil.
31 manoel ah: cinco mil dividido por cinco, °não sei pra que esse tanto
32 de conta° então sai a vinte e quatro reais o milheiro. (0.5)
33 (contando) com o preço do destaque aqui vinte e cinco reais
34 o milheiro.
35 jorge não, esse daqui, (0,5) ((aponta para a imagem do tag que foi
36 vendido em quantidade)) se fosse a preço normal sairia a
37 vinte e cinco, como eu fiz ele a dezesseis reais,
38 manoel hum.
39 jorge ele saiu a vinte e nove centavos, ponto vinte e nove. esse é
40 ponto cinquenta o fator.
→ 41 manoel hum, caiu iss- saiu a quanto, ponto vinte e nove? (1.5)
42 jorge de ponto cinquenta caiu para ponto vinte e nove.

(anexo 3, p. 5-6)

Retomando a análise do segmento acima, destacamos que ao pressupor base comum, nas linhas 51 e 52, Jorge reivindica face positiva através do partilhar de conhecimento e ponto de vista. Tal movimento sinaliza a preocupação de Jorge na manutenção de uma relação amigável com Manoel com o objetivo de manter o vínculo profissional, preservando negociações futuras.

Defendemos, portanto, que assim como Renato, Jorge não age de forma imediatista, tentando evitar conflitos e preservar as relações visando encontros futuros, construindo seus movimentos de face visando, principalmente, proteger e salvar a sua face e a face dos outros.

Observamos, portanto, que a análise das estratégias de trabalho de face utilizadas pelos participantes nos permite identificar, em nossos dados, a divisão da face positiva de

Brown & Levinson em face da camaradagem e face da competência de Lim & Browsers. Como foi verificado, nem sempre as relações foram baseadas no envolvimento interpessoal de Lim & Browsers. Muitas vezes, a meta comunicativa do falante era gerar e manter envolvimento profissional, no qual a negociação é tratada como foco principal e as relações interpessoais são colocadas em segundo plano. Verificamos, portanto, que os estudos de Lim & Browsers (1991) são aqueles que melhor explicam os desejos e trabalhos de face encontrados em nossa pesquisa, visto serem os únicos que defendem a divisão solidariedade/ aprovação.

3.3. O *rapport* em foco

Em ambos os encontros, podemos localizar atividades típicas do *rapport*, algumas delas até mesmo já foram citadas em nosso estudo, como o uso de brincadeiras por exemplo. Porém, é nítido que o estabelecimento e a manutenção de relações amigáveis não tem o mesmo peso nos dois encontros. Assim como a escolha das estratégias de trabalhos de face, as metas comunicativas e os alinhamentos que definimos para cada interação são fatores decisivos na construção e uso de *rapport*.

Visto que o *rapport* objetiva a criação e manutenção de relações amigáveis, quanto mais os participantes se alinham como amigos, maior é o uso de *rapport*, por outro lado, quanto menor é a preocupação com as relações amigáveis, e os alinhamentos privilegiam o profissionalismo ou a expertise, menor é o seu uso.

No encontro I, observamos várias sequências de *rapport* nas mais variadas etapas do encontro, sem uma localização específica. Tal ocorrência é explicada pelo fato de Renato ter como objetivo principal o estabelecimento de uma relação amigável, buscando ser aceito e querido como membro do grupo (como visto no item 3.2.1.1.).

Os segmentos 18, 19 e 20 ilustram o uso de *rappport* nesse encontro.

Segmento 18

01 jorge ((jorge fala ao telefone. latidos anunciam a chegada do
02 vendedor))
→ 03 renato salim chegou. tudo bem?((se apresenta com um apelido))
04 (35.0) ((o jorge continua no telefone, o vendedor aguarda))
05 jorge tarde.((ironia utilizada devido a um grande atraso do
06 vendedor, eram 10:00 da manhã))
07 renato é.
08 jorge boa tarde.
09 renato boa tarde.
10 jorge ah bem, então tá bom. quer fazer o curso? ((mostra o
11 panfleto de um curso))
→ 12 renato se você quer saber se eu tinha esquecido, eu lembrei((hhh))
13 eu tava lá do outro lado, eu i:: caramba.(2.0)
14 jorge me [falaram que o negócio é muito bom,] cara.
15 renato [como organizar e dirigir] uma empresa.
16 jorge me falaram que o negócio é muito bom.
17 renato mas isso aqui eu sei.(2.0) de cor [e salteado]
→ 18 jorge [hhhh]

(anexo 2, p. 1)

No segmento 18, temos a sequência de cumprimento que marca o início da interação entre Jorge e Renato. Notamos, na linha 3, que o vendedor anuncia-se utilizando de apelido e que o tom de brincadeira já se faz presente, havendo também grande incidência de risos. Esse clima amigável é encontrado mesmo nas sequências que se destinam ao tópico da negociação, como no segmento 19.

Segmento 19

34 renato setenta e três. setenta e três e o outro cinquenta
e cinco.
35 esse aqui até baixou um pouquinho.
→ 36 jorge baixou pra prateleira de baixo, né? que você fala,
né?
37 renato não. ele era setenta e quatro.
38 jorge é::, kraft nada ainda.
39 renato kraft nada.

(anexo 2, p. 3)

Na linha 36, observamos que Jorge faz uma brincadeira quando Renato fala sobre a diminuição do preço do papel, descontraindo o ambiente e mantendo a relação amigável estabelecida no cumprimento.

Durante o encontro, vários assuntos são abordados: um curso sobre como dirigir uma empresa, o estado de conservação das estradas, o fato de uma correspondência de Jorge ter sido aberta por outra pessoa, a venda da casa de Renato e a questão tributária no Brasil. Todos esses assuntos ocorrem misturados à conversa institucional, focada no contexto específico de venda de papel. A mudança de um tópico para outro se faz de forma contínua, não abrupta, confirmando a noção de que a conversa fática e a conversa institucional se distribuem em um *continuun*. Essa transição pode ser ilustrada pelo fragmento anterior e também pelo segmento 20.

Segmento 20

06 jorge =de onde fala? ((ao telefone)) me desculpe, foi engano.
 07 renato 3215-5313.
 08 jorge o que que eu disquei, hein?
 09 renato deve ter ligado pra ()
 10 jorge 3215-13 auto som sr. (3.0)
 → 11 renato i::: () aí, quer comprar a minha casa não? compra
 12 jorge a minha casa ? (2.0)

(anexo2, p. 4)

Nesse fragmento, na linha 11, observamos que Renato preenche o intervalo de tempo ocioso enquanto Jorge não é atendido ao telefone para inserir um outro tópico, fora da agenda de compra e venda de papel, oferecendo sua casa ao comprador. Esse tópico é retomado e desenvolvido de forma jocosa conforme visto no segmento 14 (item 4.2.2.).

A despedida desse encontro também exemplifica o uso do *rapport* como forma de estabelecer e manter relações de amizade. A estrutura da despedida desse encontro é diferente das despedidas típicas em encontros de negócios, visto que o comum é nos despedirmos primeiro para depois nos ausentarmos fisicamente. No encontro em questão, Renato vai se despedindo, confirmando o local da entrega e saindo ao mesmo tempo e, quando termina a despedida, já está fora do escritório de Jorge, como mostra o segmento 21.

Segmento 21

40 jorge > você vê pra mim e me liga<
 41 renato te ligo [até:]
 42 jorge [manda] direto.

→ 43 renato cinco e meia da tarde.
 44 jorge satisfação em revê-lo, viu?
 45 renato tá bom.
 46 jorge não esqueça de deixar minha agenda. (1.0) e meu:: como é que
 47 é?=
 48 renato =calendário.
 49 ((renato vai falando e saindo))
 50 jorge calendário de mesa.
 51 renato é, eu vou ver lá se tem ainda.
 52 jorge ahm.
 → 53 renato xô embora.
 54 jorge um abraço.
 55 renato de tarde você se me liga então.
 56 jorge tá. (1.0)
 → 57 renato é pra entregar no pedro, né?
 58 jorge entrega no pedro.

(anexo 2, p. 8)

Na linha 44, Jorge utiliza uma expressão formulaica para despedir-se de Renato e na linha 53, já fora do escritório de Jorge, Renato despede-se de forma coloquial e descontraída. Finalmente, na linha 57, Renato reintroduz a negociação confirmando o local da entrega do papel pedido por Jorge.

No encontro II, em contrapartida, somente encontramos sequências típicas de *rappor* no cumprimento e na despedida, uma vez que Manoel prioriza a relação profissional (como destacado no item 3.2.1.2.). Observamos ainda que essas sequências de abertura e fechamento são relativamente breves, sinalizando que sua ocorrência é uma mera exigência conversacional, como mostram os segmentos 22 e 23.

Segmento 22

01 ((conversa do pesquisador com o contratado - manael. a
 02 campanha toca))
 → 03 manael pode entrar (11.0) oh jorge.((levanta para recebê-lo))
 04 jorge tá bem meu filho?=
 05 manael =tranquilo tá bom >que que você tá mandando<
 06 (2.5). que você está mandando?=
 → 07 jorge eu tô mandando uma coisinha básica.
 → 08 manael sumido.
 09 (1.0)
 10 jorge muita correria, falta de [tempo]
 11 manael [tá]bom então. é sinal que (.) tá
 12 produzindo.
 13 jorge você conhece aquele tempo assim? (1.0)((faz sinal de dinheiro
 14 com a mão e manael ri)) aquele tempo que você tá precisando?
 15 manael isso aí meu filho, (.) todos nós.
 16 (3.0)((separando a matriz de tag para mostrar))
 17 jorge >quanto fica?<((jorge mostra a matriz de tag))

(anexo 3, p. 1)

Notamos que o cumprimento inicial se limita ao “tudo bem” convencional e a uma observação de que Jorge está sumido (linhas 4 e 8, respectivamente). O objetivo desse cumprimento é iniciar uma relação de negócios e, o uso do nome próprio (linha 3) e da expressão meu filho (linha 4) marcam que o encontro não é impessoal, ou seja, pressupõe uma relação entre conhecidos (conforme visto no sub-tópico cumprimentos, no item 2.3.).

A despedida, que normalmente utiliza termos convencionais e uma retomada do assunto abordado na interação, ilustra nossa hipótese sobre o uso do *rapport* no encontro II. Verificamos, portanto, que os estudos de Lim & Bowers (1991) são aqueles que melhor explicam os desejos e trabalhos de face encontrados em nossa pesquisa, visto serem os únicos que defendem a divisão solidariedade/ aprovação.

Segmento 23

→ 10 jorge fica assim °meu filho.°
 → 11 manoel hoje é?
 12 jorge satisfação em revê-lo.
 13 manoel hoje é? terça-feira?
 14 jorge terça?
 15 manoel é. quinta feira eu te aguardo.
 16 jorge ()
 17 manoel quinta-feira eu te aguardo.
 18 jorge satisfação em revê-lo.
 19 manoel brigadu. tchau tchau.

(anexo 3, p. 13)

Observamos que, além da expressão formulaica “satisfação em revê-lo” (linhas 12 e 18) e do agradecimento de Manoel (linha 19), somente encontramos no fechamento da interação a confirmação da data combinada para o pagamento do serviço.

Retomando a teoria sobre *rapport* e o uso da limitação ou não ao contexto específico de trabalho como definidor na classificação comunicação fática/conversa institucional podemos definir que o uso do *rapport* não é predominante na relação Jorge/Manoel, na qual é usado como algo convencional, formulaico. A principal característica dessa interação é que ela se mantém sempre no ambiente gráfico, por mais que não seja especificamente referente ao acordo com relação à terceirização da produção. Como ilustra o segmento 24.

Segmento 24

50 manoel então:: não faltou pro cliente?
 51 jorge não, pro cliente não.
 → 52 manoel então, você tem que por nos seus custos isso, jorge.
 53 jorge é, mas o negócio é igualzinho, esse daqui ((aponta para
 54 imagens))eu sempre faço isso=
 55 manoel = perda tem.=
 56 jorge = esse cliente eu sempre faço isso por que? esse daqui ele
 57 aceita um pouquinho que vai a mais.

(anexo 3, p. 8)

Nos momentos em que Manoel não está negociando com Jorge, ele se posiciona como aquele que ensina e dá conselhos ao outro. Na linha 52, notamos que Manoel ensina a Jorge como calcular os seus custos, limitando o tema da conversa ao ambiente gráfico.

Verificamos, portanto, que o alinhamento de Manoel como professor não influencia somente nas estratégias de trabalho de face utilizadas, mas é fator preponderante na ocorrência do *rapport* na interação como uma convenção social, utilizando a comunicação fática da forma como foi concebida inicialmente, um meio de iniciar um encontro abrindo o canal, *azeitando* a interação e encerrá-lo sem fechar o canal, mantendo aberta a possibilidade de negociações futuras.

Por outro lado, Renato gera uma relação que não é baseada somente na relação profissional, mas que busca também um envolvimento interpessoal que é construído através da utilização do *rapport* dentre as várias estratégias de envolvimento usadas pelo participante. O estabelecimento de uma relação amigável que tem como base a confiança gera comportamentos específicos como vimos em nossa análise (confirmando os estudos de Placencia (2004), item 2.3).

Todas as constatações realizadas e os resultados encontrados através da análise dos dados serão mais bem compilados na seção seguinte, em que definiremos as conclusões geradas por nossa análise e as contribuições de nossa pesquisa.

CONCLUSÃO

A presente dissertação teve como objetivo focalizar as estratégias utilizadas pelos participantes para gerar envolvimento interpessoal em encontros de negócios, investigando como a interface polidez positiva, estilo enfático e *rappport* influencia as escolhas feitas pelos profissionais na interação com seus clientes.

O corpus desse trabalho foi formado por dois encontros de negócios, o primeiro objetivava a compra de matéria prima (papel) e o segundo, a terceirização do acabamento de serviço gráfico.

Após análise, verificamos que os participantes, embora com uma mesma meta comunicativa – a realização de uma transação comercial – alinham-se de forma diferente, fazendo com que as estratégias de envolvimento de um encontro fossem diferentes daquelas utilizadas no outro.

Verificamos que, no Encontro I, os participantes não buscam construir uma interação baseada somente na concretização da venda, mas sim uma relação fundada na confiança e na solidariedade. Embora não priorize a venda imediata, procurando agir de forma a construir uma relação duradoura, visando negociações futuras, o vendedor (Renato) consegue realizar a venda e manter o ambiente amigável propício a futuras negociações.

O fato do encontro analisado caracterizar-se pelo frequente uso de estratégias de polidez positiva confirma os estudos de Scollon & Scollon (1997), reforçando a teoria dos referidos autores quanto a influência dos fatores poder e distância na escolha do Sistema de Face pelos participantes. Como previsto, a relação entre Jorge e Renato, sendo uma relação igualitária, caracterizou-se como próxima e com alto grau de envolvimento interpessoal. A existência desse envolvimento foi reforçada pela análise das estratégias de polidez positiva. O

alinhamento de amigo assumido por Renato e suas atitudes são sustentadas pelo desejo de ser aceito e apreciado por Jorge como pertencente ao mesmo grupo.

Constatamos também, que muitas vezes, o alinhamento de amigo supracitado sobrepõe-se ao alinhamento de profissional que seria esperado, visto tratar-se de um encontro de negócios. Tal sobreposição direciona-nos a enquadrar o sistema de face predominante nesse encontro como marcado pela solidariedade e pela reivindicação da face da camaradagem, que é legitimada por Jorge.

A análise do Encontro II aponta-nos alinhamentos diferentes e, conseqüentemente, sistema de face diferente. O alinhamento de Manoel como professor, aquele que é *expert* no assunto e que ensina ao outro como agir, quebra o igualitarismo esperado devido à relação entre eles ser próxima e os participantes pertencerem a uma mesma classe socioeconômica.

Ao reivindicar o poder do saber, Manoel constrói com Jorge uma relação assimétrica, marcada pela diferença de poder entre os participantes. A assimetria gerada por essa diferença confirma novamente os estudos de Scollon & Scollon (1997) quanto à caracterização de Sistema de Polidez Hierárquico. Verificamos, porém, que os autores hipotetizam que aquele que detém o poder utilizaria principalmente as estratégias e que o participante de menor poder recorreria a estratégias de independência. E essa hipótese não foi confirmada por nossos dados.

As estratégias utilizadas por Manoel, na sua maioria, não podem ser consideradas como estratégias de envolvimento, no sentido utilizado por Scollon & Scollon (1997), correspondendo a estratégias de polidez positiva dirigidas ao outro em Brown & Levinson (1987), visto que não objetivam satisfazer os desejos de face de Jorge e sim aumentar a própria face na medida em que fala coisas negativas sobre Jorge e positivas sobre si. Ao enquadrar a interação como uma disputa, Manoel transforma o encontro em uma arena e age com a meta de firmar-se como profissional competente ao colocar em questão o profissionalismo e o conhecimento de Jorge.

Defendemos que, embora, as atitudes de Manoel não possam ser enquadradas como envolvimento nos moldes de Scollon & Scollon (1997), o participante constrói uma relação de envolvimento com o *self* e com a negociação, exemplificando que o envolvimento não tem necessariamente que envolver e ser positivo. O desejo de Manoel de ser reconhecido como um profissional que domina os conhecimentos de seu ramo de negócios, como um *expert*, sustenta a reivindicação da face da competência direcionada ao *self*.

Ao confrontarmos as teorias sobre a face que nos serviram como base para tal constatação, avaliamos que nossos dados confirmam e exemplificam o Modelo de Comunicação de Lim & Bowers (1991), visto que é o único que reconhece os desejos de aceitação e aprovação como necessidades humanas distintas e independentes, podendo uma ocorrer sem a outra.

Jorge, no encontro II, ao direcionar suas atitudes à evitação de conflito e utilizar o *aplomb* para manter um clima amistoso nas relações, sinaliza que não compartilha do enquadre de disputa e que objetiva a manutenção da relação, possibilitando negociações futuras.

Embora tenha, em vários momentos, conseguido sustentar-se como *expert*, pela necessidade de manutenção das relações profissionais, Manoel concede a Jorge o desconto que fora pedido, gerando assim um paradoxo. Considerando-se que o poder do saber foi reivindicado por Manoel, sua vontade deveria prevalecer; contudo, quem consegue alcançar seus objetivos no encontro é Jorge. Tal atitude sinaliza que embora Manoel deseje ser reconhecido como *expert*, sabe da necessidade de manter o cliente, concedendo vantagens a Jorge.

Verificamos ainda que o desejo de face e o alinhamento dos participantes são fatores preponderantes na definição da intensidade do uso do *rapport*. Reafirmamos a importância desse uso pra ‘azeitar’ as relações interpessoais em encontros de negócios, porém, nossos dados apontam que, no encontro I, marcado pelo alinhamento de amizade esse recurso é o mais

saliente e funcional. Os participantes não utilizam o *rapport* apenas como forma de “quebrar o gelo” na interação, mas como meio de reafirmar o alinhamento escolhido e satisfazer os desejos de face do self e do outro, orientando-se para os papéis sociais dos mesmos na relação.

Constatamos também que, no encontro II, que prioriza a negociação e o auto-envolvimento, o *rapport* é utilizado de forma fática, sendo restrito às margens da interação, ou seja, às sequências de abertura e fechamento.

Este estudo deixa aberta a discussão de qual o alinhamento, ou os alinhamentos, um profissional deve assumir para conseguir ao mesmo tempo criar vínculos com o cliente, ou parceiros, e ser reconhecido como profissional competente. Apesar de todos nós termos, ao mesmo tempo, esses desejos distintos e reivindicarmos faces diferentes de acordo com as situações, os profissionais devem ser dinâmicos e adaptar-se ao alinhamento do outro, para que os desejos não sejam empecilhos à negociação, mas ao contrário, sirvam de ferramenta de trabalho para os profissionais.

Desejamos que o presente trabalho suscite novas pesquisas, maior detalhamento e aprofundamento do envolvimento em ambientes de negócio em nossa região, que focalizem a questão do afeto, a qual intuitivamente percebemos ser um aspecto recorrente nas negociações estabelecidas nesse ambiente.

BIBLIOGRAFIA

- AUER, P. Introduction. John Gumperz Approach to Contextualization, In: Ptere Auer e Aldo di Luzio ed. *The Contextualization of Language*, Amsterdam/ Philadelphia: J. Benjamins Pub. Company, 1992, p. 1-37.
- BATESON, G. Uma Teoria sobre Brincadeira e Fantasia. In RIBEIRO & GARCEZ (eds). *Sociolinguística Interacional*. São Paulo: Loyola [1972] 2002, p. 85-105.
- BRIGATTE, Raquel. *Estratégias de referência em uma audiência de conciliação no Procon – JF: uma abordagem sócio-interacional*. Dissertação de Mestrado, UFJF, Faculdade de Letras, 2003.
- BROWN, P. & LEVINSON, S.C. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- COUPLAND, J; COUPLAND, N. & ROBINSON, J.D. How are you? : Negotiating phatic communion. *Language in Society*, 21, 1992, p. 207-30.
- COUPLAND, J; Introduction: Sociolinguistic perspectives on small talk. In: COUPLAND, J. (ed) *Small Talk*. London: Longman, 200, p. 1-25.
- _____. SMALL TALK: Social Functions, *Research on language and Social Interaction*, 36; 2003, p. 3-5.
- DREW, P. & SORJONEN, M. L. Institucional Dialogue. In DIJK, T. A. Van. *Discourse studies: A Multidisciplinary Introduction*, V. 2, London: Sage Publications, 1997.
- ERICKSON, F. Ethnographic Microanalysis of Interaction. In: LeCOMPET, MD, MILLROY, W. L. & PREISSLE, J. *The Handbook of Qualitative Research in Education*, San Diego: Academic Press, 1992, p. 1992.
- FAIRCLOUGH, N. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FRANCK, D. Stil und Interaktion, In B. Spillner (ed), *Methoden der Stilanalyse*. Tübingen: Narr, 1984, pp. 121-135. (traduzido por Denise Maia, mimeo)
- GAGO, P. C. A. A organização sequencial da conversa. In: *A relevância da convergência num contexto de negociação: um estudo de caso de uma reunião empresarial na cultura portuguesa*. Tese de Doutorado, Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2002.
- GARCEZ, P. *Introdução à Sociolinguística Interacional*, V CBLA, Porto Alegre, 1998.
- GARCEZ, P. M. Formas Institucionais de Fala-em-Interação e conversa cotidiana: Elementos para a distinção a partir da atividade de argumentar. In: PEREIRA, M. G. D. (org), *PaLavra* (PUC – RIO), n 8, 2002, p. 54-73.
- GOFFMAN, E. A. Asituação negligenciada. In: RIBEIRO. B. T. & GARCEZ, P. M. (orgs). *Sociolinguística Interacional*, 2ª ed., 11-15. Porto Alegre: Age Editora, [1964] 2002, p. 13-20.

_____. A Elaboração da Face: Uma análise dos elementos rituais na interação social. In: Figueira, S. (org) *Psicanálise e Ciências sociais*. Tradução de J. Russo. Rio de Janeiro, Francisco Alves, p. 76-114, 1980. [On face work. In: *Interaction Ritual*. New York: Pantheon Books, 1967, p. 5-45].

_____. Footing. In: Ribeiro, B. T. e Garcez, P. M. (org) *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociolinguística em Análise do Discurso*. Porto Alegre: Ag editora, 1998.

GRICE, P. Logic and Conversation. In: COLE, P. & MORGAN, J. L. (eds.) *Syntax and Semantic 3: Speech Acts*. New York: academic Press, 1975.

GUMPERZ, J. J. Convenções de Contextualização. In: Ribeiro, B. T. E Garcez, P. M. (org) *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociolinguística em Análise do Discurso*. Porto Alegre: Age editora, 1998.

_____. *Contextualization Revisited*. In: *The Contextualization of Language*, ed. Ptere Auer e Aldo di Luzio. Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins Pub. Company, 1992, p. 39-53.

_____. On interactional sociolinguistic method. In: *Talk, Work and Institucional Order*. Berlin: Mouton de Gruyter, 19991 p. 453-71.

HIME, T. A. P. *Estilo Conversacional na Terapia de Família*. Dissertação de Mestrado, PUC – RJ, 2002, p. 1-27.

HOLMES, J. Doing collegiality and jeeping control at work: small talk in governament departamentes. In: COUPLAND, J. (ed.) *Small Talk*. London: Longman, 2000, p. 32-60.

_____. SMALL TALK: Social Functions, *Research on Language and Social Interaction*, 36, 2003, p. 3-5.

JACOBY S & OCHS, E. Co-construction: na introduction. *Reserch on Language and Social Interaction*, 28 (3), p. 171-183, 1995.

JAKOBSON, R.. Linguistic and poetics. In: SEBEOK (ed.), *Style in language*.Cambraidge, 1960.

LAKOFF, R. T. Stylistic strategies within a grammar of style. In: Orasanu, J.; SLATER, M. & ADLER, L. L. (ed.) *Language, sex and Gender*, Annals of the New York Academy of Science, 1979, p. 53-78.

LIM, T. Facework and Interpesonal Relationships. In: TING-TOOMEY, S. (ed.). *The Challenge of Facework*. New York: Stade University of New York Press, 1994, p. 209-28.

LIM, T.& BOWERS, J. W. Facework: Solidarity, Approbation, and Tact. In: *Human Communication Research*, Vol. 17 (3), 1991, p. 415-50.

McCARTHY, M. Mutually captive audiences: small talk and the genre of close-contact service encounters. In: COUPLAND, J. (ed.) *Small Talk*. London: Longman, 2000, p. 32-60.

PSATHAS, G. Discovering sequences in interaction. In: *Conversation Analysis: The Study of Talk in Interaction*. Thousand Oacks, C. A.: Sage, 1995.

PENMAN, R. Facework & Politeness: multiple goals in courtroom discourse. In: *Journal of Language de Social Psychology*. V.9, 1990, p. 15-38.

POSSENTI, S. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

PLACENCIA, M. H. *Rapport – building in service encounter interactions – the case of tiendas de barrio in Quito (EQUADOR)*, MIMEO, 2004.

RIBEIRO, B. T. Papéis e Alinhamentos no Discurso Psicológico, *Caderno de Estudos Linguísticos*, Campinas (20), jan/jun, 1991, p. 113-138.

_____. & PEREIRA, M. G. D. A noção de contexto na análise do discurso. *Veredas*, Juiz de Fora, v.6, n.2, jul/dez 2002.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E. & JEFFERSON, G. A Systematics for the Organization of Turn Taking for Conversation. *Language*, 50 (4), 1974, p. 696-735.

SANDIG, B. *Tendenzen der linguistischen Stilforschung*. In G. Stickel (ed.) *Stilfragen*. Berlin, New York: de Gruyter, 1995, pp. 27-61. (traduzido por Denise Maia, mimeo)

STRAEHLE, C. A. “Samuel” “Yes dear?” “Teasing and Conversational Rapport”. In: TANNEN, D. (ed) *Framing in Discourse*, New York: Oxford University Press, 1993, p. 210-30.

_____. & SELTING, M. Discourse Style. In: *Discourse as Structure an Process*, ed. DIJK, T. A. Van, V. 1, London: Sage Publications, 1997.

SCOLLON, R & SCOLLON, S. W. *Intercultural communication*; Oxford: Backwell, 1997, p. 2-49.

SELTING, M. *Emphatic speech style – with special focus on the prosodic signalling of heightened emotive involvement in conversation*, *Journal of Pragmatics*, 22, 1994, p. 375-408.

_____. & COUPER-KUELER. *Introducing Interactional Linguistics*. In: *Studies in Interactional Linguistics*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Co, 2001.

SILVEIRA, S. B. Gerenciamento de Tópico e Trabalhos de Face em Entrevistas de Emprego. Tese de Doutorado, PUC – RJ, 1998, p. 42-68.

SPENCER-OATEY, Helen. Reconsidering power and distance, *Journal of Pragmatics*, 26, p. 1-24, 1996.

TANNEN, D. *Conversational Style: analyzing Talk among friends*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1984.

_____. *Talking Voices: Repetition, dialogue and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

_____. & WALLAT, C. Enquadres Interativos e esquemas de conhecimento em interação: Exemplos de um exame/consulta médica. In: In: Ribeiro, B. T. e Garcez, P. M. (org) *Sociolinguística Interacional: Antropologia, Linguística e Sociolinguística em Análise do Discurso*. Porto Alegre: Age editora, 1998.

TING-TOOMEY, S. Face and Facework: Na Introduction. In: *The Challenge of Facework*. New York: State University of New York Press, 1994, p. 209-28.

TRACY, K. & NAUGHTON, J. M. Institucional identity-work: a better lens. In: COUPLAND, J. (ed.) *Small Talk*. London: Longman, 2000, p. 62-82.

ZAJDMAN, A. Humours Face – threatening acts; Humor as strategy, *Journal of Pragmatics*, 23 1995, p. 325-339.

ANEXOS⁴⁶

⁴⁶ Por motivos metodológicos, não seguiremos a paginação corrente; preservando a paginação original de cada encontro.

ANEXO I

Convenções de transcrição

[colchetes]	fala sobreposta.
(0.5)	pausa em décimos de segundo.
(.)	micropausa de menos de dois décimos de segundo.
=	contiguidade entre a fala de um mesmo falante ou de dois falantes distintos.
.	descida de entonação.
?	subida de entonação.
,	entonação contínua.
?,	subida de entonação mais forte que a vírgula e menos forte que o ponto de interrogação.
:	alongamento de som.
-	auto- interrupção.
Sublinhado	acento ou ênfase de volume.
MAIÚSCULA	ênfase acentuada
°	fala mais baixa imediatamente após o sinal.
° palavras °	trecho falado mais baixo.
palavra:	descida entoacional inflexionada.
palavra:	subida entoacional inflexionada.
↑	subida acentuada na entonação, mais forte que os dois pontos sublinhados.
↓	descida acentuada na entonação, mais forte que os dois pontos precedidos de sublinhado.
>palavras<	fala comprida ou acelerada.
<palavras>	desaceleração da fala.
<palavras	início acelerado.
Hhh	aspirações audíveis.
(h)	aspirações durante a fala.
.hhh	inspiração audível
(())	comentário do analista.
(palavras)	transcrição duvidosa.
()	transcrição impossível.
Th	estalar de língua.

ANEXO II

ENCONTRO 1

01 jorge ((jorge fala ao telefone. latidos anunciam a chegada do
02 vendedor))
03 renato salim chegou. tudo bem?((se apresenta com um apelido))
04 (35.0) ((o jorge continua no telefone, o vendedor aguarda))
05 jorge tarde.((ironia utilizada devido a um grande atraso do
06 vendedor, eram 10:00 da manhã))
07 renato é.
08 jorge boa tarde.
09 renato boa tarde.
10 jorge ah bem, então tá bom. quer fazer o curso? ((mostra o
11 panfleto de um curso))
12 renato se você quer saber se eu tinha esquecido, eu lembrei((hhh))
13 eu tava lá do outro lado, eu i:: caramba.(2.0)
14 jorge me [falaram que o negócio é muito bom,] cara.
15 renato [como organizar e dirigir] uma empresa.
16 jorge me falaram que o negócio é muito bom.
17 renato mas isso aqui eu sei.(2.0) de cor [e salteado]
18 jorge [hhhh]
19 renato como dirigir uma empresa.
20 jorge basta ter dinheiro, né?
21 renato basta ter dinheiro.
22 jorge [não, mas não é bem assim] não.
23 renato [não, não é só dinheiro.] dirigir uma empresa é muito
24 simples. (1.0)
25 jorge não é bem assim não, né? (2.0)
26 renato é o mesmo caso de você virar e falar assim, "bem, uma empresa
27 bem dirigida é aquela que todos falam, todos são ouvidos, e
28 tal. não sei o que, não sei o que, funciona?
29 jorge e chegaram a um comum acordo?
30 lá na skj todo mundo fala isso. desde o faxineiro até o dono,
31 diretor, não sei o que todos tem a mesma, (2.0) e é? manda
32 lá em cima, obedece aqui embaixo pronto e acabou. (2.0)
33 jorge aí não tem> o que dar errado,< né?=(0.7)
34 renato =não, e dá errado.
35 jorge como é que pode?
36 renato muita coisa sai errado, mas sai errado porque,=
37 jorge mas sai errado lá de cima já?
38 renato não é porque, por exemplo, a coisa não funciona. por
39 exemplo, você imagina só, o cara tá lá em são paulo. o estado
40 de são paulo num é a mesma coisa de minas gerais que não é a
41 mesma coisa da bahia que: daí vai a:h, eu não posso vender
42 aqui em minas por uma determinação de uma coisa que aconteceu
43 no rio. (1.0) no rio, o governo: criou uma lei lá dizendo o
44 seguinte. Por exemplo, a tua empresa tiver qualquer
45 impedimento na receita estadual, eu não vou lá, eles não
46 podem vender. (2.0) tem que consultar o sintegra e tal e
47 tudo. mais, deu uma pendência não pode vender. aqui em minas
48 gerais não tem isso,só que são paulo determinou o que, que no
49 brasil inteiro tem que ser desse jeito. (1.0) e aí? Vai
50 explicar lá pro cliente.(1.0)a oliveira me vende, que não sei
51 o que, não sei o que, não sei que, mas a skj não vende e
52 aca[bou.] (1.0)
53 jorge [é:] [mas]
54 renato [vai] lá botar na cabeça de alguém lá, fala assim,
55 falar assim não não o que aconteceu lá pode acontecer aqui
56 também, então acabou. (2.0)
57 jorge eu vou pensar seriamente em fazer isso aqui, é claro que eu
58 vou pegar trezentos e cinquenta do dinheiro que eu teria que

01 dar no ano que vem e vou fazer meu curso.
02 renato o ano que vem já morreu muito tempo.
03 jorge morreu?
04 renato morreu tem uma [um semana já]
05 jorge [fica esperando]
06 renato tá indo pra- uma semana nada. tem duas, tá indo pra terceira.
07 jorge quanto tá o papel duplex?
08 renato ° não sei°=
09 jorge = o cara me ligou aqui, eu preciso desse papel >urgente< ()
10 renato é: °que que eu ia falar? ° no rio é feriado hoje. ué, ia sair
11 uma entrega de lá=
12 jorge =eu vi. o vendedor de lá me ligou.
13 renato tá chegando pedido pro cê lá no correio lá. chegou lá no
14 pedro. °lá de:: magé.°
15 jorge não. é de lá de:::=
16 renato =magé?
17 jorge não, é: além paraíba. e o filho da zunha ainda abre a minha
18 carta ainda. a [carta veio no meu nome]
19 renato [< não ele nem. >] ele não a- ele ao
20 abrir aquilo num foi por maldade não. ele tava esperando uma
21 correspondência de são paulo, um adesivo, (1.0) que o cara
22 falou que tava desenvolvendo. não sei o que e que pô o::
23 adesivo na hora que tá imprimindo, ele reage junto com a
24 tinta e já transforma automaticamente em uv.
25 jorge hum::?
26 renato ele falou.
27 jorge ahm::?
28 renato é. ele falou.
29 jorge é: isso é o quê? é mágica, é? ((estalando os dedos)) estalo
30 de dedo assim?
31 renato não. ele falou que o cara tava desenvolvendo, que o cara ia
32 mandar uma mostra pra ele, pra ele imprimir. aí ele, isso
33 aqui é o adesivo que o cara mandou lá de são paulo. é
34 trezentos conto o pacote, que não sei o que, não sei o que.
35 aí quando ele abriu ele "ah::, é pedido do jorge. é pedido
36 pro jorge((fala imitando a voz do pedro))
37 jorge ((risos))
38 renato trezentos meia meia?
39 jorge peraí, deixa eu achar aqui primeiro que já tô fazendo cotação
40 aqui agora de: de forne- que eu tô te cotando,hein?trezentos=
41 renato =trezentas gramas.
42 jorge vai lá, preço?
43 renato meia meia (1.0) cinquenta reais. (3.0) sete sete sessenta e
44 nove .
45 jorge peraí. meia meia cinquenta e sete.
46 renato cinquenta.
47 jorge cinquenta reais?
48 renato não, peraí um pouquinho.((consultando a tabela e fazendo
49 conta)) °trezentos menos (3.0) é isso mesmo, esse preço aqui
50 tá errado, hein.°
51 jorge a palhaçada.
52 renato tá mesmo, tá errado. não pode ser só isso não.
53 jorge claro que pode, ué.
54 renato não.
55 jorge uai, (0.5) é com cem?
56 renato é (0.5) trezentos meia meia. ((durante 17.0 ele sussurra
57 fazendo contas)) é.(4.0) cinquenta e dois e cinquenta.(3.0)
58 jorge e o sete sete?=

01 renato =() sete sete. ((durante 16.0 ele sussurra
02 fazendo contas))jorge, eu não vou te dar o preço deste aqui
03 não, jorge. eu vou te dar o preço deste outro aqui. (2.0)
04 porque se vier esse aqui, que tem o: blister e tem o dpj,
05 esse blister é mais caro.(1.5) entendeu?=
06 jorge =mas é duplex também?
07 renato é duplex. (3.0) ((sussurra algo)) porque se vier o outro.
08 (9.0) cinquenta e quatro reais o meia meia. (1.0)
09 jorge perai, perai.=
10 renato mas pode ser ele pode ser mais barato. pode ser o outro de
11 cinquenta e dois.(.) tô te dando o preço [desse outro.]
12 jorge [o meia meia]
13 renato é. esse é mais caro.
14 jorge tá.
15 renato ((durante 12.0 sussurra algo fazendo contas)) setenta e
16 quatro, mas ele pode ser=
17 jorge = o sete sete.
18 renato é. esse aí é o mais caro. ele pode ser mais barato dois reais
19 em média cada um, se for o: dpj porque esse aí é o blister,
20 mas como às vezes vem um e às vezes vem outro, não sei qual
21 que vai vir.
22 jorge é::: (2.0) ap 150, que marca que é isso, ripasa?
23 renato não. esse aí é o::: ramenzoni.
24 jorge como é que é?
25 renato ramenzoni< (.) ra (.) men (.) zo (.) ne> (7.0)
26 jorge todos dois?
27 renato é.
28 jorge tá. o ap continua cinquenta e cinco.
29 renato ° <e o outro é (1.0) cento e cinquenta.>°
30 jorge cinquenta e cinco formato meia meia, o formato sete sete tá
31 quanto?
32 renato ((durante 31.0 sussurra enquanto calcula, neste mesmo tempo,
33 jorge pensa alto calculando também))
34 renato setenta e três. setenta e três e o outro cinquenta e cinco.
35 esse aqui até baixou um pouquinho.
36 jorge baixou pra prateleira de baixo, né? que você fala, né?
37 renato não. ele era setenta e quatro.
38 jorge é:::, kraft nada ainda.
39 renato kraft nada.
40 jorge duplex duzentos gramas não, esse aqui é o wtl.
41 renato ()
42 jorge =duzentos e cinquenta triplex?
43 renato triplex é o:::, meu é o artp. não, o meu triplex não adianta
44 para você,(1.0) ele tinha que ser o que? duzentos e
45 cinquenta?
46 jorge trezentos, °trezentos é° (2.0)
47 renato você pode ver se tem na oliveira o papel. porque eu tenho lá,
48 mas só que o meu não serve para você.=
49 jorge =não. mas o da oliveira eu sei, é cento e seis reais.
50 renato então. o meu não serve.
51 jorge cento e seis.=
52 renato =porque o meu é::: aquele art prêmio, aquele que o pedro fica
53 enchendo o saco. ((jorge ri)) porque ele é mais mole, mas
54 é mesmo. ele é () o royal é melhor, só que eu não
55 trabalho com o royal comercial, nem tenho mais.
56 jorge tem triplex lá na oliveira?
57 renato não sei.
58 jorge ((jorge liga para o concorrente)) (7.0) por falar nisso,

01 quanto deu aquele papel hein? (2.0) papel, hein? foram
02 quantos pacotes que você mandou pra lá? vinte?
03 renato vinte pacotes. você anotou aí. mil e cem.
04 jorge é isso mesmo. ((sussurra calculando))
05 renato cê me paga isso tudo agora que aí eu (vou)=
06 jorge =de onde fala? ((ao telefone)) me desculpe, foi engano.
07 renato 3215-5313.
08 jorge o que que eu disquei, hein?
09 renato deve ter ligado pra ()
10 jorge 3215-13 auto som sr. (3.0)
11 renato i::: () aí, quer comprar a minha casa não? compra
12 jorge a minha casa ? (2.0)
13 jorge ((ao telefone)) lucimara, (0.5) jorge. tá boa?(1.0) graças a
14 deus. é::: tem papel duplex trezentos?
15 (4.0)
16 jorge é::: 3235-4212.
17 (4.0)
18 jorge isso.
19 (3.0)
20 jorge isso tudo? (2.0) tanto faz, qualquer um.
21 (2.0)
22 jorge isto.
23 (2.0)
24 jorge dez pacote.
25 (9.0)
26 jorge tá quanto?
27 (5.0)
28 jorge uhh, com cem? (1.5) e a prazo?
29 (9.0)
30 jorge tá.
31 (2.0)
32 jorge tá bem, eu vou ver isso aqui direitinho e volto a te ligar.
33 (3.0)
34 jorge pode deixar.
35 (1.0)
36 jorge tá certinho, tchau. (2.0) ((desliga o telefone))
37 renato melhor que o meu, (1.5) esse aí é aquele da ripasa.
38 jorge com cem folha, (2.0) meia meia ela não tem. (2.0) tá muito
39 caro, cara.(0.8) cento e três e quinze.
40 renato o meu foi quanto, (0.5) setenta e quatro?
41 jorge setenta e quatro (5.0) °tem que ser, não vai ter jeito,° tem
42 que pedir. Vai da:r cem reais a mais,(2.0) >mas tem que ser.
43 não tem jeito não. (1.0)< como é que faz? >pede lá, né?<
44 renato aham.
45 jorge oitocentos e trinta conto e vai me pagar.
46 renato você vai me pagar dois mil agora?
47 jorge perai, ° perai. Esse negócio não vai dar certo não.° mil e
48 cem. (2.0) mil oitocentos e cinquenta. (2.0)
49 renato oitocentos o que , mil e oitocentos o que? o valor?
50 jorge o valor do pedido.
51 renato e você vai gastar o quê? oitocentos e trinta do papel.
52 jorge oitocentos e cinquenta mais corte.
53 renato impressão, [mais corte.]
54 jorge [mais impressão,] né? para não deixar o cliente
55 na mão faz-se isso. por que o seu vai chegar que dia?
56 renato se chegar vai ser na quinta-feira.
57 jorge [isso tem o se.]
58 renato [vai sair de lá] amanhã.=

01 jorge =tem sempre a palavrinha se.
02 renato é, você sabe como é que funciona, eu peço, não tô mandando,
03 quando chega, ah::, não tinha.=
04 jorge =tem mais acabou.=
05 renato =acabou.
06 jorge vai, pede assim mesmo.
07 renato cartão é uma bosta. eu vendo cartão pra caramba, mas não
08 adianta. eles não compram cartão. >quer dizer,< aí a gente
09 entra naquilo, cadê o cursinho?
10 jorge cadê o curso?
11 renato entendeu? e detalhe, hein, você faz previsão de venda. por
12 exemplo, a gente tá em janeiro, eu já fiz previsão de venda
13 pra fevereiro, março e abril, dentro das minhas vendas, do-
14 (0.8) é claro que tem uns ajustes lá, mas eles sabem lá o que
15 eu pedi. ah, eu pedi isso, isso, isso e isso. eles sabem. ah,
16 a fábrica não entregou, não deu pra fazer. ah, não tinha
17 verba, é:: o caixa estourou, aí nu::m num ano igual a esse,
18 um ano todo ferrado, aí fizeram agenda, fizeram calendário.
19 ninguém fez isso, num tem outro fornecedor que fez, a
20 maioria nem folhinha, quase ninguém (é::)
21 jorge cadê minha agenda?
22 renato ué,você num é cliente meu.
23 jorge cadê minha folhinha?
24 renato folhinha não, é:::
25 jorge calendário.
26 renato calendário de mesa.
27 jorge então, cadê? ãh?
28 renato tá no carro.
29 jorge é, tá bom. então tá. minha agenda também, tá? aqui então
30 jorge fica assim, meu filho, você manda pra mim dez. a respeito
31 do dimdim, amanhã eu te dou.
32 renato que amanhã o quê?
33 jorge amanhã de tarde.
34 renato você consulta aí que tem dinheiro aí ((aponta para a tela
35 do banco on-line no computador do jorge))
36 jorge tem, tem, tá ó.(1.0) aí já me arreentou, já tive que pagar
37 uma duplicata lá da do carlos pro pedro parar de perturbar
38 a minha cabeça. mil oitocentos e trinta.(2.0) grana é foda.
39 se paga as coisas pros outros e só toma igual delegado de
40 roça.
41 renato tá bom.
42 jorge bom, né? bom, aham, tá ótimo, maravilha. aí saí pra entregar
43 ontem. Até trouxe uns chequinhos, vou mentir não. tá até
44 aqui. mas aí tem que ir lá passar pro pai pedro sabe? Que
45 ele tá desesperado, nossa, aquele lá pra cobrar é chato
46 demais da conta, viu? nossa senhora. ontem ele me ligou dez
47 vezes, dez, perguntando se eu não ia chegar. (0.8)
48 renato eu passei lá de tarde.
49 jorge teve dois acidentes feio pra caramba na sexta-feira indo pra
50 ubá.
51 renato um perto de bicas, né?
52 jorge não, eu fui pra ubá ontem. mas nossa senhora.
53 renato essas estrada aí tá dose, ué mas foi ubá mesmo que morreu-
54 num foi?
55 jorge foi, morreu uma mulher.
56 renato bateu [num fiat cento e quarenta e sete]
57 jorge [eu tava passando na hora,] foi saí do buraco,
58 mas tá brincadeira. tem cada panela lá que é maior que essa

01 aqui.
02 renato nossa senhora. ()
03 jorge uai, eu gastei duas horas e vinte minutos daqui a ubá.
04 renato °nossa senhora.°
05 jorge duas horas e vinte=
06 renato =aí, compra a minha casa, vou mudar para santa catarina.=
07 jorge =agora, ué quer que faz o cheque?
08 renato vou lá sacar ele primeiro.
09 jorge ué, ((rindo)) ah, você- é só você assinar a escritura aí.
10 renato porque você não pede no banco da casa, o banco da casa
11 te dá um financiamento.
12 jorge °aham. tá bom.° quanto é que vale a sua casa?
13 renato a minha casa, minha casa vale uns, sei, nem tenho ideia (1.0)
14 cara, minha casa vale um dinheirinho bom.
15 jorge aham, bom, toda casa vale um dinheirinho bom.
16 renato não, [tô te falando.]
17 jorge [passou de] um salário mínimo é dinheirinho bom.=
18 renato =minha casa tem em baixo uma garagem que num tá pronta.
19 jorge ((risos))
20 renato uma garagem e tem uma loja de setenta metros=
21 jorge =tem uma estrutura para uma garagem e uma estrutura para uma
22 loja de setenta mil metros ((risos))
23 renato não, estrutura, estrutura, tem estrutura, tem minha casa em
24 cima que é:: três quartos (sendo) uma suite, duas
25 cozinhas, uma sala, uma sala e uma cozinha boa, minha sala
26 tem vinte metros quadrados e minha cozinha também.=
27 jorge = me vende só a sala, eu moro só na sala.
28 renato e tem a casa da minha sogra em cima, que tem oitenta metros
29 também, que é: sala, quarto cozinha e banheiro.
30 jorge = vai todo mundo embora?
31 renato vai. se eu for (embora) eu vou falar com um camarada aí pra
32 ver se ele vai lá olhar, avaliar,(1.0) de [acordo com]
33 jorge [onde é que é?]
34 renato itapema, santa catarina. perto de florianópolis.
35 jorge aqui você mora no?
36 renato moro no jardim portela, na avenida, ali perto da
37 universidade. fica ali, tá pertinho da fojuf, pode ir a pé
38 pra faculdade.
39 jorge °nossa senhora, cruz credo°, (1.0) uma eternidade pra chegar
40 lá.
41 renato fala sério.
42 jorge ((toca o celular do jorge)) o renato, como é você me dá
43 a resposta desse papel. quando?
44 renato de tarde.
45 jorge ((atende ao telefone))
46 renato vou ganhar dinheiro.
47 jorge você vê pra mim o papel. eu preciso saber pra poder mandar
48 pro corte ainda pra ele cortar, porque esse eu vou cortar
49 branco e imprimir lá na firma.
50 renato °é silk scren°.
51 jorge °é silk (.) aí eu vou entregar, porque eu preciso - hoje é:
52 é terça? hoje é terça?
53 renato terça dia vinte=
54 jorge = o juarez corta isso amanhã, °amanhã (2.0) quinta-feira
55 eles imprime, sexta-feira eu levo pra santana (1.8)
56 jorge tá bem? tá tamo combinado?
57 Não se esqueça. então esse vai dá oitocentos e trinta, onde
58 é que eu anotei, hein?

01 renato oitocentos e trinta. a que, é pra entregar lá no corte
02 especial, então bota aí mais quinze conto=
03 jorge não, não, não pode. tem que porque tem que cortar primeiro.
04 renato então, não é lá no corte especial que corta?
05 jorge não, tem que cortar no meio, lá não tem guilhotina não.
06 renato ah, tá.
07 jorge tem esse=
08 renato =então tem que entregar lá no pedro.
09 jorge é.(0.5)ah, o rapaz que fez a entrega lá na condor perguntou
10 tem algum problema, assim ou não?((falando sobre nota fiscal))
11 renato não não, aquela lá não, perguntou o que, o negócio da::
12 jorge perguntou, uai, mas aqui num, como é que é (1.0) o nome aqui
13 num é o mesmo, é pra entregar aqui mesmo, aí a a leda virou
14 E falou ["não é sim"]
15 renato [mas , mas é] que foi a primeira vez que ele foi
16 entregar, foi isso.=
17 jorge =não, é sim. é que aqui a gente presta serviço pra pra
18 outros lugares e tudo." mas fábrica de móveis, comprando
19 papel?" ((fala rindo)) aí eu falei, "não, é que porque a
20 gente troca serviço, presta serviço pra eles e tudo," aí tá.
21 renato tá danado.
22 (2.0)
23 jorge °por falar nisso eu preciso de nota, tá?°
24 renato °eu arrumo pra você.°
25 jorge eu preciso de nota porque eu tô dando muita entrada só fora
26 do estado, (1.0) e eu não sabia disso não, se você comprar
27 de microempresa de fora do estado você paga dezoito por
28 cento, não é?
29 renato É porque num gera icm, né?
30 jorge [aí você paga icm integral]
31 renato [é (crédito)]
32 jorge nossa senhora, meu icm veio lá em cima essa- esse mês de
33 dezembro porque eu não sabia.
34 renato comprou lá da da da narpel, né?
35 jorge não, eu comprei do, do-corda [do estado do rio]
36 renato [mas a narpel,] mas a narpel
37 também ela é:: empresa pequena, né?
38 jorge não, não. narpel não.
39 renato ah, ele não pode porque ele é revenda.
40 jorge narpel não.
41 renato O do andré é que é.
42 jorge É.=
43 renato lá de belo horizonte, é empresa de pequeno porte.
44 jorge mas o da- eu não sabia, de três rios ainda que é fora do
45 estado me arreventou.
46 renato no rio, tudo que você tiver comprando pelo rio agora tá uma
47 bosta, °que a fiscalização lá deles tá um, tô falando
48 rapaz, que eles foram lá e pegaram a skj (1.0) multou a skj
49 lá em quinhentos mil reais, ah: tá recorrendo, num vai pagar,
50 vai chegar uma certa hora que vai morrer aquilo. mas quer
51 dizer, mas multaram.
52 jorge pegaram o que, caminhão sem nota?
53 renato não,(0.5) este caso que eu tava te falando, (0.5) que a skj
54 vendeu para determinados clientes, que estavam com problemas
55 com o estado. e o estado acha que ela que ela é obrigada a
56 ser responsável.
57 jorge ((risada de deboche))
58 renato É ué.

01 01 Jorge uhum, bonitinho.
02 02 renato É ué, fiscal chegou lá,> "meu amigo eu não quero saber, eu
03 23 vou multar e pronto e acabou.< você recorre, tá aqui a lei,
04 24 tá dizendo aqui ó, lei estadual número tal tal tal aprovada
05 25 na data tal, você vendeu para um inadimplente com o estado,"
06 26 "ué, eu tenho obrigação de fiscalizar?" " problema seu."
07 27 jorge isso nunca vai dar certo, gente. nunca. (1.0) nunca. então
08 28 O cara morreu, tá devendo o estado ele morre então. Para de
09 29 sobreviver na vida. [aí é que ele] não vai
10 30 renato [para]
11 31 jorge pagar o estado mesmo, nunca na vida.
12 32 renato para, mas no entender deles lá para, num dá pra entender
13 33 isso, tudo bem (.) ().não e detalhe, não quer
14 34 dizer que seja alguma coisa:: por exemplo, quer ver o que
15 35 aconteceu com cliente meu aqui? (.) o cara fez uma:: ia
16 36 fazer uns talões de nota fiscal, ele sumiu com aquela
17 37 aquela autorização (1.0) aí ele não confeccionou as notas.
18 38 sumiu com aquela autorização, mas não foi pra ninguém,
19 39 ninguém confeccionou as notas fiscais, aí deu ((toca o
20 40 telefone) um problema ele foi lá, chegou lá o cara (.)
21 41 ((toca o telefone)) não tem umas notas fiscais que você
22 42 confeccionou, não, não não foi feito. ah tá, tem que fazer
23 43 uma:: ((toca o telefone)) como é que é?
24 44 jorge peraí ((atende o telefone))(35.0) °tenho que ir embora, tenho
25 45 que descer.°
26 46 renato aí moral da história, o cara fez uma:: fugiu o nome que tá
27 47 agora, tipo uma declaração espontânea, foi lá e fez lá,
28 48 olha, aconteceu ((toca o telefone))isso e tal, só que lá
29 01 conta como ele estando inadimplente, não quer dizer que ele
30 02 tá devendo nem nada, só não pode vender.
31 03 jorge (41.0) ((atende ao telefone))
32 04 renato vou embora então=
33 05 jorge =isso num dá não, esse negócio de icm, essas coisa tudo
34 06 arrebenta.
35 07 renato icm, ipi,(1.0) ipi não, ipi agora tá mais devagar que eles
36 08 reduziram o valor dele.
37 09 jorge esse negócio de icm, igualzinho essas diferenças de estado
38 10 é uma foda. arrebenta a gente, mas (1.0)quanto a isso.
39 11 renato vai ficar pior.
40 12 jorge > você vê pra mim e me liga<
41 13 renato te ligo [até:]
42 14 jorge [manda] direto.
43 15 renato cinco e meia da tarde.
44 16 jorge satisfação em revê-lo, viu?
45 17 renato tá bom.
46 18 jorge não esqueça de deixar minha agenda. (1.0) e meu:: como é que
47 19 é?=
48 20 renato =calendário.
49 21 ((renato vai falando e saindo))
50 22 jorge calendário de mesa.
51 23 renato é, eu vou ver lá se tem ainda.
52 24 jorge ahm.
53 25 renato xô embora.
54 26 jorge um abraço.
55 27 renato de tarde se me liga então.
56 28 jorge tá. (1.0)
57 29 renato é pra entregar no pedro, né?
58 30 jorge entrega no pedro.

ANEXO III

ENCONTRO 2

01 ((conversa do pesquisador com o contratado - manoel. a
02 campanha toca))
03 manoel pode entrar (11.0) oh jorge. ((levanta para recebê-lo))
04 jorge tá bem meu filho?=tá bom
05 manoel =tranquilo tá bom >que que você tá mandando<
06 (2.5). que você está mandando?=
07 jorge eu tô mandando uma coisinha básica.
08 manoel sumido.
09 (1.0)
10 jorge muita correria, falta de [tem]pó
11 manoel [tá] bom então. é sinal que (.) tá
12 produzindo.
13 jorge você conhece aquele tempo assim?(1.0) ((faz sinal de dinheiro
14 com a mão e manoel ri)) aquele tempo que você tá precisando?
15 manoel isso aí meu filho, (.) todos nós.
16 (3.0) ((separando a matriz de tag para mostrar))
17 jorge >quanto fica?<((jorge mostra a matriz de tag))
18 manoel pra?
19 jorge >destacar<
20 (4.0) ((olha o produto))
21 manoel vai ser >plastificado?<
22 jorge vai.
23 manoel uma, duas. sabe quantas imagens >tem aqui?<((manoel aponta
24 para a matriz que contém vários desenhos de tag)) (1.5)
25 jorge vinte::::[:: quarenta e quatro].
26 manoel [()] quarenta e quatro. Quantos
27 mil? ((manoel quer saber a quantidade de tags a ser
28 destacada))
29 jorge c::inco >cinco mil.<
30 manoel cinco mil, plastificado,né?
31 (2.0)
32 manoel né?
33 jorge yes.
34 (3.0)
35 manoel quarenta e quanto que >você falou?<
36 jorge quarenta e quatro.
37 manoel tem certeza?
38 jorge =absoluta.
39 manoel °quarenta e quatro vezes cinco mil° ((susura enquanto
40 calcula - 6.0 de pausa)) duzentos e vinte mil tags?
41 (2.0)
42 manoel é isso mesmo? mais ou menos isso?=
43 jorge =duzentos e vinte.
44 manoel ué, eu vou fazer aquele mesmo preço que eu tenho feito pra
45 você: a um e vinte o milheiro.
46 °duzentos e vinte vezes um ponto dois° ((calculando)) em
47 torno de duzentos e sessenta e quatro. duzentos, duzentos e
48 sessenta.
49 jorge ((faz sinal de desacordo))
50 manoel não?
51 jorge >dá não, [dá não]<
52 manoel [hhh] por qué?
53 jorge >dá não< porque esse aqui foi fechado (com) um preço mais
54 baixo. (3.0) mais baixo((continua fazendo sinal de desacordo))
55 manoel como assim?
56 jorge uai, como foi esse desse daqui você tá vendo óh, sao cem mil,
57 só desse aqui. (1.0) é o mesmo cliente, você pode ver aqui
58 que é tudo igualzinho.

01 ((aponta para as várias imagens iguais na matriz))
02 manoel uhum.
03 jorge tá? [esse daí foi vendido]
04 manoel [aí você fez um pacote] pra ele.
05 jorge foi vendido, esse vamos imaginar aqui, a mesma área deste
06 aqui, é a mesma área desse.
07 manoel concordo.
08 jorge esse daqui eu vendi ele a duzentos (2.0)duzentos, dá licença,
09 ((jorge pega a calculadora de manoel emprestada)) duzentos
10 vai [dar]
11 manoel [só] que você tem que ver uma coisa=
12 jorge peraí.
13 manoel se você fechou um pacote com ele, a gente tem que ver que
14 aqui.=
15 jorge =peraí.
16 manoel é outra coisa.
17 jorge é:: mas então, [aqui o pacote é maior]
18 manoel [então vamo lá, me explica que eu te falo] o
19 que é que eu posso chegar pra [você também].
20 jorge é: teoricamente é nesse sentido assim.=
21 por cinco, foi vendido a quarenta reais o milheiro deste.
22 aqui eu vendi <a dezesseis reais o milheiro.=
23 manoel =nossa senhora. então aqui você ganha fávoras e aqui você
24 empata, o que é que é?
25 jorge é: teoricamente é nesse sentido assim.=
26 manoel =aí você vai jogando pra frente o seu- a sua, a sua
27 negociata, digamos assim, né?
28 jorge é, é, vamos dizer assim, tá? então, ou seja, porque: é o tipo
29 do negócio, se você comprar cinco [mil eu vou] te fazer
30 [eu sei, eu sei]
31 jorge um fator de zero cinquenta custo=
32 manoel =tá, você tem que ver o seguinte, o seu tipo de atividade com
33 ele <é um>, agora nun se esse aqui fosse o mesmo dono, que
34 que, que eu teria a ver com [isso, digamos assim, né?]
35 jorge [mas oh presta]
36 atenção. se eu trazer igualzinho veio da última, uma
37 faquinha pequeni[ninha], com formato pequeno,
38 [u h m]
39 sei.
40 jorge você vai trabalhar muito menos tempo,
41 manoel isso é relativo, duzentos e [cinquenta mil tags]
42 jorge [quanto você gastou em horas]
43 manoel são duzentos e cinquenta mil tags.
44 jorge tá.
45 manoel dez mil tags são dez mil tags.
46 jorge mas em hora?
47 manoel em hora se põe tudo proporcional, agora sendo[()]
48 jorge [cê fez a base]
49 do último?
50 manoel fiz (1.0) fiz. mas isso eu tô tentando só te explicar o
51 seguinte, o seu raciocínio aqui, (.) pro seu cliente é um.
52 jorge é um.
53 manoel você fechou um pedido grande para um cliente.
54 jorge é.
55 manoel só que são digamos cem mil tags, só que você está me chegando
56 com duzentos e cinquenta mil tags. pra mim dez tags é x.
57 >duzentos e cinquenta mil< são vinte e cinco vezes x.
58 jorge sim.

01 manoel entendeu? porque [o trabalho (é:: o meu problema)]
02 jorge [(eu sei que o custo)] mas (o meu
03 problema é que) eu preciso ter um <custo mais baixo> para uma
04
04 quanti[dade maior]
05 manoel [aí ós] vamos entrar num acordo, justamente. você
06 vai me explicar o que você fez aqui, só quero expor o meu
07 lado também, pra você ver que eu não posso cair
08 proporcionalmente [ao que você fez aqui]
09 jorge [ao que eu ((risos)) cai](1.0) é a mesma
10 proporção, homem.
11 manoel lógico que não. você fez graça com o cara e ()
12 não posso fazer não.
13 (51.0)((jorge antede ao celular, manol faz os cálculos))
14 jorge chegamos a um denominador comum de?
15 manoel é, ahm, olha só, aqui você fez a quarenta, aqui dezesseis,>
16 eu nem precisava saber o preço que você vende por aí.<
17 jorge ahm.
18 manoel porque é lógico, o meu preço é <um e vinte o milheiro.>
19 jorge sim.
20 manoel esse aqui você fez duas vezes e meio. °um ponto dois
21 jorge sim.
22 manoel olha só o que eu vou fazer, duas vezes e meio. °um ponto dois
23 dividido por dois ponto cinco° pra continuar na sua mesma
24 margem de lucro, eu tô (.) <me adequando ao seu preço>
25 jorge sim.
26 manoel não você a mim, eu a você;
27 jorge sim.
28 manoel olha só, teria ((risos)) que ser na faixa de cinquenta
29 centavos o milheiro deste aqui e um e vinte ess aqui.
30 jorge é aí você faz uma média=
31 manoel =é aí como é que () não eu tô indo na mesma proporção
32 que você fez. dezesseis. quarenta. tá? agora os meus
33 funcionários ali, a mesma quantidade de horas vão ser gastas,
34 mesma mane- mesma coisa, cobrando quatro ponto cinquenta< ou
35 um ponto dois aqui.> é a mesma quantidade de horas.
36 jorge sim.=
37 manoel =o funcionário lá não sabe se eu cobrei mais barato ou se o
38 cara fez graça [()]
39 jorge [é: esse daqui] é o pior pra destacar do que
40 esse daqui. (1.0)
41 manoel tá. Concordo plenamente, esse aqui é o pior do que esse daqui.
42 (1.0)tudo bem, não resta dúvida, mas, porém, todavia, o preço
43 fixo do milheiro, justamente,< por um ser pior que o outro,
44 tem uma méda de preço.> seria um ponto dois,< o que daria
45 pra fazer o quê? <no total entre todos>, te quebrando o
46 galho desse vez, que não se repita, você chega pra mim e
47 fala, "o:h, esse aqui é do mesmo dono, eu fiz um preço bom,
48 o que é que você faz, antes? aí eu vejo o que que eu posso
49 fazer antes (se eu dispenso nisso) ou não, tem que ser assim,
50 jogar aberto, senão não tem (jeito não) seria na faixa de uns
51 (0.5)ponto oito, tudo.(.) todos (4.0) você entendeu a minha
52 colocação?
53 jorge entendi.
54 manoel você fez porque era o mesmo cliente, várias imagens, tudo
55 bem se (.)dentro, você vai desembolar esse dinhe- esse esse
56 material dentro de um cliente eu não, pra mim é indiferente,
57 você podia ter feito de graça pro cara que que eu posso
58 fazer entendeu?

01 jorge tá, não, mas é isso que eu quero saber porque (1.0) você que
02 trabalha ali sabe, você sabe que quando um cara roda m:il é
03 uma coisa [se o cara, o cara da gráfica]
04 manoel [igual agora, tô aqui pelejando] pra conversar com
05 o cara (.) o cara queria vinte e dois mil livros.(1.0) eu
06 cobrei noventa reais o milheiro, primeiro ele pediu um
07 orçamento de mil livros, eu dei noventa reais. quando eu fui
08 ver o cara queria eram vinte e dois mil livros, eu cai pra
09 setenta, tirei vinte reais em milheiro, ele não aceitou
10 ainda, eu tô aqui pelejando, já mandei recado, ele vai me dar
11 retorno, dar retorno, eu vou arriar, é o que você fez, (1.0)
12 mas porém todavia, ele [(va me trazer)]
13 jorge [esse também não fiz] o que eu po- eu
14 fiz assim porque, porque o cara da travel tava junto.
15 manoel uhm.
16 jorge o cara da travel [abriu as] pernas
17 manoel [você quis]
18 quem que era vendedor?
19 jorge o::
20 manoel o lauro mesmo, o: [cláudio]
21 jorge [não], é um outro lá, é:=
22 manoel =o alberto?
23 jorge acho que é esse.
24 manoel um de bigodinho?
25 jorge um baixinho, assim.
26 manoel não, não é baixinho não, alberto é um meio parrudo (mesmo).
27 jorge é um que faz rochedo, isso daqui é de rochedo
28 manoel então não sei quem é não
29 jorge da travel, aí ele pegou (.) fez um preço
30 manoel ((fazendo contas)) pode continuar falando ((continua fazendo
31 contas))
32 jorge pro cara lá, eu falei, não, você pode fazer o preço pra ele
33 lá que eu vou fazer entendeu? mas, e isso daqui eu também
34 dancei igual delegado de roça, por que? porque eu pensei
35 assim, como a máquinha tava quebrada,> no corte e vinco,< eu
36 vou rachar tudo que roda na pequena, e vai mais rápido e anda
37 mais, [plastificação] eu também dancei, porque o tempo de
38 manoel [()] °não vai mais rápido, lógico que não°.
39 jorge plastificação,
40 se você tem uma faca deste tamanho gasta dez mil batidas,
41 aqui você vai gastar vinte mil, não gasta menos tempo não.
42 (1.0)
43 jorge aqui são quinze mil batidas. porque [eu]
44 manoel [se] você puser uma maq-
45 matriz deste tamanho aqui cortando vinte imagens, dez mil
46 cortes você corta,> se for cortar a metade vão ser quarenta,
47 vão ser vinte mil batidas.<
48 jorge não, então o problema [foi na hora] de plastifica
49 manoel [>não é mais nemmenos<]
50 jorge na plastificação, [na plastificação enrta mais]
51 jorge [() tá porque se tem que rodar], roda
52 mais lento.
53 manoel =é. logicamente, porque você pode imprimir uma área deste
54 tamanho assim, ((mostra a folha de tag)) porque você pega e
55 coloca na máquina, a máquina puxa. agora, se for menor, a
56 [mesma coisa só que]
57 jorge [o cara num dá conta]
58 manoel tem que diminuir a velocidade que senão o cara vai trabalhar

01 igual a uma máquina, e ninguém consegue. aí você dançou
02 entendeu? aí, como diz o outro, o que é que eu tenho com
03 manoel [isso]((riso))
04 jorge [ainda] paguei serãozinho pra ficar pronto no sabadozinho.
05 ((riso))
06 manoel é, sabadozinho, pra ficar pronto, né? por isso é que eu quero
07 ver.> desse jeito quando é que eu vou ficar do meu lado,< eu
08 fiquei até oito horas da noite no sábado.
09 jorge eu também.
10 manoel é:: pois então, como é que segura um pessoal pra trabalhar
11 até oito horas (.) [num sábado, com um calor danado]
12 jorge [você entendeu então], ou
13 seja, aí eu vou fazer como eu falei, tudo o que eu for rodar
14 antes, já chegou até os pedidos, aqui ó:h
15 manoel isso (.) senta primeiro, fala óh: isso aqui eu [fiz] a tanto,
16 [vou]
17 manoel [aí eu vou olhar no fundo dos seu olhos]
18 jorge [não eu vou perguntar se tem]
19 manoel e ver se é verdade.[((risos))]
20 jorge [filho da zunha, babaca]
21 manoel tá?
22 jorge não, quando é pica[do assim]
23 manoel [não, eu quero]que você tenha [um jogo de
24 cintura comigo assim]
25 jorge [não, eu
26 também (gosto)] porque quando é picado assim eu não
27 ligo porque aí já vai na margem normal.
28 manoel é isso =
29 jorge = agora quantidade não tem jeito.
30 manoel eu só quero que você me fale isso (.) >oh: eu fiz a tanto e
31 tal e tal< por que? eu posso ver quem que eu vou colocar pra
32 trabalhar no sábado, quem que eu posso também> ter um jogo de
33 cintura que fique aqui,< porque tem pessoas que não ficam
34 mesmo e são boas de serviço, desteacam melhor, eu tenho que
35 pagar, eu tenho que valorizar elas.
36 jorge não eu vou fazer [o seguinte]
37 manoel [se entendeu]
38 o seu galho:: eu levar prejuízo depois.
39 jorge e eu vou rodar dia de semana.
40 manoel é, [e acabar com esse negócio do sábado, porque isso] aí não
41 jorge [<rodar em horário normal,> bonitinho,]
43 manoel existe
44 manoel =ninguém trabalha satisfeito no sábado, não rende.[você sabe
45 disso]
46 jorge [eu não
47 quero isso]
48 manoel e o pessoa quer receber mais e não rende, (porque)se
49 trabalhasse na segunda-feira mais produção, pagaria um valor
50 menor, entendeu? tem que ser assim (bobo) é a realidade.
51 jorge porque eu tô passando, num vou mentir não, eu tô passando tag
52 pra todo mundo a zer cinquenta.(1.0)
53 manoel o quê?
54 jorge só para você ter uma idéia como é [que saiu]
55 manoel [mas zero cinquenta o quê?]
56 jorge o fator que eu passo para o pessoal é zero cinquenta.
57 manoel mas isso o que, milheiro, cento?
58 jorge fator de centímetro quadrado.

01 manoel ahm.
02 jorge tá?
03 manoel centímetro quadrado, esse aqui ((aponta pra uma das imagens
04 na matriz))deve ter o que? cinco por oito, né?
05 jorge é é:: cinco e meio por oito ponto oito.
06 manoel cinco ponto cinco vezes oito ponto oito quarenta e um vezes
07 ponto cinco? isso saiu a vinte e quatro o quê? O milheiro?
08 saiu a vinte e quatro zero dois.
09 jorge vezes cinco.
10 manoel o que que é cinco?
11 jorge é.
12 manoel mais o que que é cinco?
13 jorge cinco mil
14 manoel ah, quantidade.
15 jorge não, é vezes cinco só. (1.5)
16 manoel cento e vinte mil reais o milheiro. (1.0) tá errado.
17 jorge °não, você quer ver?°
18 manoel você me falou que tá fazendo a área, oito ponto oito
19 milímetros [vezes]
20 jorge [vezes]
21 manoel vezes cinco ponto cinco.
22 jorge vezes cinco, bate aí, vezes cinco
23 manoel o que é que é cinco, me [explica]
24 jorge [cinco mil] é porque eu só vendo de
25 cinco em cinco.=
26 manoel =tá. eu só quero saber para mim ter uma noção do que eu to
27 fazendo.(.)duzentos e quarenta e dois=
28 jorge = vezes ponto cinco.
29 manoel vezes ponto cinco, cento e vinte um, agora o quê?=
30 jorge =custa cinco mil.
31 manoel ah: cinco mil dividido por cinco, °não sei pra que esse tanto
32 de conta° então sai a vinte e quatro reais o milheiro. (0.5)
33 (contando) com o preço do destaque aqui vinte e cinco reais
34 o milheiro.
35 jorge não, esse daqui, (0.5) ((aponta para a imagem do tag que foi
36 vendido em quantidade)) se fosse a preço normal sairia a
37 vinte e cinco, como eu fiz ele a dezesseis reais,
38 manoel hum.
39 jorge ele saiu a vinte e nove centavos, ponto vinte e nove. esse é
40 ponto cinquenta o fator.
41 manoel hum, caiu iss- saiu a quanto, ponto vinte e nove? (1.5)
42 jorge de ponto cinquenta caiu pra ponto vinte e nove.
43 manoel ((pausa de 11.0 enquanto manoel sussura calculando))
44 jorge a diferença que deu (.) entendeu?
45 manoel humhum.
46 jorge então esse aqui vai dá oitenta, (0.8) vão dá quanto em verba?
47 manoel tudo?
48 jorge é
49 manoel são duzentos e cinquenta mil tag, duzentos e cinquenta vezes
50 ponto oito, olha só, duzentos reais.
51 jorge humm?
52 manoel redondo, já era, olha só quanto que ia dar jorge,
53 jorge duzentos e sessenta.
54 manoel não senhor.
55 jorge sim senhor.
56 manoel perai(.) vamos lembrar, vamos recapitular, calculadora não
57 mente não, perai.
58 jorge ((risos))

01 manoel duzentos e cinquenta vezes um ponto dois (.) trezentos reais.
02 jorge >no dia nós calculamos aqui e não dava isso não,<
03 manoel não deu porque: as co- o corre-corre né, fala que é tanto,
04 num deu tanto.
05 jorge ah não, é duzentos e quarenta mil tags.
06 manoel deu duzentos e cinquenta, duzentos e quarenta e oito e uns
07 quebradinhos. °tá aqui anotado num- aqui.°
08 jorge é e as batidas, você viu que aquilo num deu nunca, né?
09 ((falando da perda de material devido a um erro em uma etapa
10 anterior da produção))
11 manoel tem que ver lá se faltou alguma coisa, né?
12 jorge mas não pode homem, a não, se bem que os daqui ((referem-se a
13 pedidos diferentes de tag)) deu tudo cinco mil e quinhentos.
14 manoel é
15 jorge os daqui deu mais
16 manoel =(o destaque)
22 jorge como é que me explica, eu rodei assim, então não pode ter
23 erro ((mostra o formato usado na produção anterior))
24 manoel não tem, <esse formato aqui na plastificadora,> pode ocorrer
25 mais problema que esse daqui>((aponta para o formato do
26 atual)), entendeu?? ele é o dobro do tamanho, você tem que
27 colocar um enjambrado que dê o papel, ele demora mais tempo
28 plastificando, essa esse tamanho essa tira do que esse daqui,
29 uma ruga, (até pode) ter dado problema, mas quinhentas folhas
30 eu não sei, duzentos e cinquenta, né?
31 jorge não, porque aqui já perdeu quinhentos, aqui perdeu duzentos e
32 cinquenta ((compara a forma antiga com a atual)) porque eu
33 comprei seis mil folhas.
34 manoel aqui também perdeu?
35 jorge ué, perdeu.
36 manoel <mas não adianta> você tem que ver quantas etapas (.) você
37 tinha que dar um jeito de contar isso.
38 jorge mas não é.
39 manoel (se você)
40 jorge na gráfica deu cinco e novecentos, saiu de lá como cinco e
41 novecentos.=
42 manoel =então. saiu cinco e novecentos, mas não sai.
43 jorge não, mas saiu, saiu [você sabe porquê?]
44 manoel [co n t a d o ?] contado?
45 jorge não, cê sabe porque que saiu? Porque: eu conto o papel,
46 coloco lá, para o cara cortar, para o cara imprimir, ele bate
47 a primeira cor, a primeira cor ele falou que deu seis mil e
48 vinte, (.) aí, na última cor ele zera o contador=
49 manoel =hum=
50 jorge na hora que ele tira as coleturas, tira tudo.
51 manoel tirando [a coletura. tá.]
52 jorge [ele zera o] o o numerado e põe pra rodar.
53 manoel aí nessa nessa contagem deu quanto?
54 jorge cinco e novecentos.
55 manoel só aí você já perdeu cem.
56 jorge perdi cem.
57 manoel então tá (.) cinco e novecentos (2.0) aí vem pro- pra
58 plastificação, mais uma operação põe aí dois por cento,

01 vamos por três por cento. cinco (mil) e novecentos vezes três
02 por cento, perde mais cento e setenta e sete folhas. olha só,
03 cento e vinte folhas vamos por dois por cento de erro, tá?
04 dois por cento, tá? vai pro corte vinco ((outra operação))
05 ((outra operação)) que a tendência é perder muito mais do que
06 na platisficação, erra a batida, uma folha torta, a outra não
07 sei o que, acerto ((especifica os erros que podem ocorrer))
08 então vamos pôr mais dois por cento (.) quanto que aqui tinha
09 dado? cinco (mil) e novecentos, menos cento e vinte, menos
10 dois por cento. oh: já caiu pra cinco seiscientos e sessenta,
11 o cara perdeu foi pouco, perdeu um por cento em cada operação,
12 foi cinco setecentos e cinquenta que você calculou, não foi?
13 jorge numa (.) e cinco e quinhentos na outra.
14 manoel é o que eu te falei (.) essa aqui é uma tira dessa, ((mostra
15 errar o- a chance de errar nessa aqui na hora de plastificar
16 e cortar no corte e vinco é: é metade, é a metade, cinquenta
17 por cento dessa daqui, (0.8) imagina uma tira dessa, ((mostra
18 o tamanho da tira apontando sobre a matriz)) você entrando
19 com ela na máquina (0.5) é o dobro de de de chance de
20 errar mesmo. então é isso mesmo, tá nessa faixa mesmo. você
21 vê que essa aqui perdeu duzentos e cinquenta e essa aqui
22 perdeu quinhentos. tá aí, é matemático. (1.5) se fosse um
23 formato deste tamanho aqui já não perderia tanto, pela pela
24 proporção da folha. olha aqui, óh, a pega dela aqui óh, ela
25 vai encaixar melhor na faca.((mostra o encaixe da matriz
26 atual)) agora imagine essa tira aqui. ((dobra a matriz de
27 tag ao meio)) só que ela vai ser mais maleável porque ela
28 não é dobrada, óh, pra você entrar com ela na máquina ela
29 estaria, digamos, cortar aqui ao meio, ela vai entrar toda
30 mole assim na máquinha, erra mais(.)agora não sei se foi isso
31 (mesmo), não sei, mas (.) teoricamente,
32 jorge é (.) mas teoricamente que é um prejuízo muito grande.
33 manoel não deixa de ser, só que =
34 jorge = não pode ser (isso tudo).
35 manoel isso aí, em todas as gráficas você tem que calcular o papel
36 com mais ou menos cinco por cento, de três a cinco por cento do
37 manoel seu custo.
38 jorge sim.
39 manoel todo mundo faz isso.
40 jorge cinco mil, três, cinco por cento vai dar?
41 manoel como é que é, cinco mil folhas, cinco mil batidas mais três
42 por cento, cinco mil cento e cinquenta.
43 jorge eu pus seis mil.
44 manoel não, mas eu tava calculando em cima de seis mil, então seis
45 mil seria seis mil mais cinco por cento seis e trezentos, isso
46 aí é o beabá de gráfica.
47 jorge não é porque o o o certo é cinco mil.
48 manoel então você jogou,
49 jorge eu rodei seis mil.
50 manoel então:: não faltou pro cliente?
51 jorge não, pro cliente não.
52 manoel então, você tem que por nos seus custos isso, jorge.
53 jorge É, mas o negócio é igualzinho, esse daqui ((aponta para
54 imagens))eu sempre faço isso=
55 manoel = perda tem.=
56 jorge = esse cliente eu sempre faço isso por que? esse daqui ele
57 aceita um pouquinho que vai a mais.
58 manoel e os outros não?

01 jorge os outros não.
02 manoel não manda.
03 jorge [não,]
04 manoel [são] clientes de repetição?
05 jorge esse daqui é, mas não esse daqui.
06 manoel não manda, guarda. (.) °manda lá.° se pediu cinco mil, você
07 [manda cinco mil e dez]
08 jorge [mas não tem jeito]mas não tem jeito homem. eu vou ficar
09 eu vou ficar guardando cinquenta cem tag=
10 manoel oh jorge, pelo menos na na cabeça você vai estar com ele
11 guardado, você sabe que por exemplo, eu dei a mais pro cara,
12 O cara não: entendeu, não te retribuiu o favor, não te:: você
13 sabe que, [se ele pedir de novo]
14 jorge [esse daqui]eu fiz por quê? porque se eu
15 rodar cinco mil ou cinco mil e quinhentos na gráfica o preço
16 é mesmo. (1.0)
17 manoel tá, mas e papel,
18 jorge aqui do lado também ((refere-se ao corte vinco)) [cinco mil
19 cinco e quinhentos] não dá variação.
20 manoel [cinco mil
21 cinco e quinhentos]
22 jorge ou seja, eu pensei que [quinhentos a mais,]
23 manoel [mas é mas] chega em mim,
24 [chega em mim] folhas a mais vezes quarenta e dois,
25 jorge [cê calcula quinhentos] a mais
26 manoel [são vinte e um mil] tags a mais,
27 jorge sim.
28 manoel vinte e um mil põe em hora de serviço,=
29 jorge =sim.
30 manoel dá duas ou três horas de serviço.
31 jorge mas eu digo o seguinte, esse cara aqui por exemplo
32 [vamos por aqui]
33 manoel [tá não dá nem dez minutos a] mais de hora
34 jorge cinco mil (.) desses aqui tá, quinhentas folhas a mais,
35 quinhentos vezes vinte imagens,
36 manoel duas vezes cinco dez.
37 jorge °quinhentos vezes vinte° vai dar dez mil tag, (1.0) dezesseis
38 vezes dez, dá cento e sessenta.
39 manoel hum, conclua.
40 jorge É cento e sessenta reais que eu ganhei a mais assim,
41 manoel hum.
42 jorge sem sem sem onerar meu custo em nada.
43 manoel entendi jorge, entendi. [agora eu entendi, tá.]
44 jorge [o n e r o u s i m] onerou meu
45 custo em vinte e três reais. [°que é correto°]
46 manoel [então não]reclama de de
47 de que faltou não, ué.
48 jorge não mas poxa, mas das outras vezes que eu calculei lá quando
49 eu compro cinco mil e duzentos vem faltando pro cliente.
50 manoel então você pega, só senta e conversa com cada um óh saiu
51 [tanto, tá faltando,]
52 jorge [não. eu já falei com o pedro.] o pedro vai ter que separar
53 todas as coleturas.
54 manoel separa, tanto de papel bonitinho, lá no papel e manda assinar
55 em baixo, e ele dá uma conferida, porque funcionário você
56 sabe como é que é, mandou contar cinco mil ele fala "ah,
57 (contei) mas às vezes não e ele não quer assumir o erro,
58 então confere. saiu de lá você> dá uma conferência, que seja

01 com paquímetro com medição de de de tamanho, olha bonitinho,
02 faz uma regrinha de três lá e confere, aí você tem "óh saiu
03 de lá tanto, chega no corte especial (.)< estou te entregando
04 tantas mil folhas,> ah não sei o que tá variando, a variação
05 que der é mínima, foi contado no dedo. pronto. você já
06 afirmou e tem que ser certo.> você não pode chutar também
07 não, entendeu?<
08 jorge eu já [contei e veio faltando, o pacote]
09 manoel [cinco mil é cinco mil, sete mil é sete mil] então você
10 chega e foi tanto, aí nós vemos batida de máquina e eu vou te
11 falar, aqui dentro não tem erro, aqui dentro é, você vê é cem
12 tags que estraga, se estragar, é não é que estraga você já
13 destaca e vê que está batido errado. rasgar tag é a coisa
14 mais difícil que tem, vamos por que rasgue um a cada mil.
15 jorge não, não rasga não, [a perda a q u i] a perda aqui é
16 manoel [você vai gastar vinte]
17 jorge insignificante.=
18 manoel = nem insignificante. [aqui não tem jeito.]
19 jorge [porque aqui é: uma coisa] é perder uma
20 folha.
21 manoel é.
22 jorge porque você não tá perdendo um tag, você tá perdendo uma
23 folha [com quarenta e quatro.]
24 manoel [uma folha com] quarenta e dois, dez folhas
25 são quatrocentos e vinte tags e pra perder quatrocentos e
26 vinte tags, eu mando embora o funcionário porque não, isso
27 hhh isso não existe. entendeu? então se eu todinho ver, não
28 queira, tipo assim, tirar o atraso, o erro, o seu prejuízo
29 em cima de mim não, porque aqui é o que menos erro,
30 tá?
31 jorge não, mas com certeza, mas,
32 manoel então só a gente tem que entrar nesse acordo, né, nesses
33 pontos pra futuramente você já ver que não pode tirar em cima
34 de mim.
35 jorge e o da giz de cera eu tenho que vir depois com você aqui pra
36 ver com você porque da giz de cera tem que ser de cem em cem.
37 manoel a cintagem?
38 jorge é.
39 manoel porque eu tenho que ver isso tudo, porque nunca que dá °por
40 causa da sua pressa°(0.8) se você me chegar com o tag aqui na
41 segunda-feira, destaca pra mim, cinta pra mim, eu vou marcar
42 a hora, vou ver quem tá na produção, quem não tá e vou
43 explicar >por exemplo< óh dá pra mim fazer, dá pra mim chegar
44 a tanto pra você, óh sessenta centavos. porque eu sei que dá
45 pra fazer, mas nesse corre-corre que é o seu serviço, nunca
46 que dá. há, tá pronto, vem aqui, pára, [faz assim], é
47 jorge [semana passa-]
48 manoel elástico que manda, eu não sei o custo de quantos elásticos
49 que dá, porque você traz um pouco, da outra vez você não
50 trouxe aí então a gente fica perdido, vai na camaradagem , e
51 não pode ser assim.(0.5) não tem condições porque eu não sei
52 se eu tô tendo lucro,(0.5) você não sabe quanto que você tá
53 perdendo ou deixando de ganhar. fica difícil, a gente vai
54 assim, óh , ah deu tá, >no final das contas você nem sabe
55 quanto deu esta forma direito.<
56 jorge não, eu sei, essa daqui eu sei quanto [que vai dar.]
57 manoel [((risos)) então] então
58 vai ver aí e depois me me joga aqui (o lucro).

01 jorge quanto que ela vai dar, você baixou, (você baixou) pra
02 duzentos.
03 manoel olha só.
04 jorge menos sessenta, a mariana que eu achei que fosse ser é:: cem
05 (hh) passou para cento e cinquenta porque ela falou que não
06 tem jeito.
07 manoel eu devia bater o pé também e falar que não tem jeito=
08 jorge = eu tava esquecendo=
09 manoel = eu não tô jogando pra te pegar [no pulo não]
10 jorge [n ã o]
11 manoel eu quero é justamente isso [todo mês]
12 jorge [o dela] o dela eu esqueci
13 porque o dela foi combinado cem reais o fechamento de forma
14 manoel hum.
15 jorge O outro eu paguei cinquenta=
16 manoel =o que é isso fechamento de forma?
17 jorge é ela que faz a montagem pra mim.
18 manoel °só, cento e cinquenta pau?°
19 jorge não, o problema é o seguinte, que eu falei com ela=
20 manoel = você não faz isso não, jorge?=
21 jorge = que dez reais, eu pagaria ela por arte aprovada (0.5)
22 [fora né, fora.]
23 manoel >[quem é que] tá mexendo com isso pra você, você não faz
24 isso não?<
25 jorge não, não tenho tempo, eu sei fazer, mas não sei o verso eu
26 dou muito vacilo. no verso eu ainda não.
27 manoel puxa, é só espelhar ele e::()
28 jorge é é é, aí ela fez esses aqui óh, tá vendo((mostra os tags
29 criados pela desenhista gráfica))() ((cita o nome dos
30 tags)) ela fez, aí, só aqui dá cinquenta reais. pra criação
31 de arte.
32 manoel pensando bem é barato.
33 jorge dez reais cada desenho aprovado. porque [ela costuma fazer,]
34 manoel [é barato. é barato]
35 jorge [igual esse aqui] óh. ela fez um dois três quatro.
36 manoel [é barato.]
37 jorge o cliente não aprovou nenhum deles, e mandou redesenhar todos
38 eles ((risos)) ela tem que fazer tudo de novo.
39 manoel ah é? se ele: mandar fazer dez vezes, aí só aprovou na
40 [última vez,]
41 jorge [só aprovou]uma é dez real.
42 manoel então o preço é mínimo então?
43 jorge dez reais.
44 manoel não, preço mínimo, negociou, começou a fazer é tanto x,
45 aprovado ou não, aí depois,
46 jorge não, porque tem muitos que, igualzinho esse daqui óh, esse
47 daqui eu vou pagar dez reais e ela vai escrever via única,
48 (0.9) eu poderia até muito bem eu mesmo fazer.
49 manoel isso aí é muito relativo.
50 jorge não é.
51 manoel se ela colocou na balança lá, jogar no programinha de
52 computador dela, fiz duzentos e cinquenta durante o ano foram
53 aprovados de primeira °cem mil°, dos cento e cinquenta mil
54 fiz dez vezes. (é sério ué.) não pode ser assim.
55 jorge ((risos)) mas, não, todo desenhista cobra assim, o cara faz
56 uma média entre o bom e o ruim, igualzinho o maurício pra
57 tirar laser film. (1.5) [ele cobra]
58 manoel [mas você] bota o cliente direto

01 com ela ou ele passa as informações pra você e você passa
02 pra ela?

03 jorge não, igualzinho esse pedido que chegou aqui,
04 manoel porque quanto maior o número de intermediário, maior o erro
05 de informação.

06 jorge conforme amostra, ela vai ter que reproduzir isso aqui.
07 manoel mas você não dá mais subsídios pra ela não, o cliente gosta
08 mais da cor assim.

09 jorge não
10 manoel não fala nada não? então ela vai ficar fazendo desenho até,
11 jorge o pedro é que gosta de ficar, ela faz trinta desenhos pro
12 pedro.

13 manoel °você tá doido.°
14 jorge faz, o cliente não aprova, eu não, eu vou lá, igualzinho, eu
15 briguei com ela, esse daqui foi o primeiro que ela fez, fez
16 quatro, eu falei não faz quatro, faz dois desenhos.

17 manoel hum.
18 jorge porque quanto mais você dá pro cliente, mais ()
19 manoel é o que eu tô te falando.
20 jorge mais dificuldade fica. esse aqui é bom,
21 manoel ahm.
22 jorge esse daqui ele pegou e falou assim, faz um desenho lá pra mim
23 ver se eu aprovo, <eu levei esses vinte, pra ele aprovou os
24 vinte,> ele olhou assim e falou, tá bom, gostei, é da a
25 terceira vez.

26 manoel ((risos))
27 jorge é assim mesmo, () "não, ficou bom, pode rodar isso
28 tudo." mas qual que você quer? "não pode rodar tudo."
29 manoel das duas uma, ou vê que tem saída ou não é daquele pelinha.
30 porque o cliente você tem que arrancar tudo de informação
31 dele, nem que seja: só de boca. depois você penera as
32 informações, põe lá no papel e passa pro cara do desenho, ué.
33 jorge isso daqui eu tenho que te pagar toda sexta? (1.0)
34 manoel impreterivelmente, porque eu acerto com as funcionárias toda
35 sexta, porque aí você não me prejudica.(0.9)
36 jorge então ta
37 manoel entendeu, porque toda sexta-feira eu faço acerto com elas
38 [porque não é serviço]

39 jorge [s e x t a p o d e] ser um chequinho?
40 manoel não, jorge. [olha só, você vai me chegar]
41 jorge [na quinta eu dou um chequinho,] na quinta.
42 manoel se você me chegar na sexta-feira, dia de eu fazer pagamento
43 correr atrás de dinheiro, trocar dinheiro, com um cheque pré-
44 datado, °como é que eu faço?°
45 jorge eu te dou na quinta pra você trocar e você ter dinheiro na
46 sexta.
47 manoel em vinte e quatro horas eu me viro, né?
48 jorge vai ali no papai ali, papai: (1.0) paga um jurinho pra ele
49 ali. ((risos))
50 manoel (ah não o chequinho) eu ia te falar uma coisa aqui agora mas
51 deixa pra lá, deixa pra próxima. ((parece se lembrar da
52 filmagem)) ele vê cheque seu. ((risos))
53 jorge não, agora ele tá bonzinho comigo.
54 manoel não, eu sei.
55 jorge eu só não quero nem ver se aqueles cheques da high lighth
56 voltar.=
57 manoel =aqui vamos lá. entendeu? vamos vendo desse jeito, vamos
58 trabalhando [desse jeito]

01 jorge [agora vai,] não. agora semana que vem já tem=
02 manoel = nunca na quinta ou na sexta, sempre na segunda ou na terça
03 ou na quarta, porque aí eu te entrego bonitinho na sexta, aí
04 não tem problema, entendeu? eu consigo empurrar pra outra
05 sexta o pagamento, não tem problema. o que você não pode é
06 fazer (.) me chegar com tag na sexta-feira de tarde,
07 querendo pro sábado.
08 jorge pra sexta.
09 manoel é, tá, não tem jeito.
10 jorge fica assim °meu filho.°
11 manoel hoje é?
12 jorge satisfação em revê-lo.
13 manoel hoje é? terça-feira?
14 jorge terça?
15 manoel é. quinta feira eu te aguardo.
16 jorge ()
17 manoel quinta-feira eu te aguardo.
18 jorge satisfação em revê-lo.
19 manoel brigadu. tchau tchau.