



Acta Scientiarum. Human and Social Sciences
ISSN: 1679-7361
eduem@uem.br
Universidade Estadual de Maringá
Brasil

Sorgon, Fábio Marcello; Crubellat, João Marcelo
Agência e estratégias discursivas: uma análise na mídia de negócios
Acta Scientiarum. Human and Social Sciences, vol. 34, núm. 2, julio-diciembre, 2012, pp. 117-129
Universidade Estadual de Maringá
Maringá, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307325404001>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc



Agência e estratégias discursivas: uma análise na mídia de negócios

Fábio Marcello Sorgon^{1*} e João Marcelo Crubellat²

¹Faculdade de Tecnologia Machado de Assis, Curitiba, Paraná, Brasil. ²Universidade Estadual de Maringá, Maringá, Paraná, Brasil. *Autor para correspondência. E-mail: direcao@sema.edu.br

RESUMO. Nosso objetivo central foi o desenvolvimento e aplicação de uma ferramenta de análise discursiva. Utilizamos fragmentos de textos das seções ‘Gestão’ e ‘Negócios’ da Revista Exame, entendida como uma mídia comercial que interfere na construção de significado no contexto dos negócios, mapeados em análise do discurso na detecção das estratégias linguísticas, no período de janeiro a dezembro de 2008, vinculadas aos quesitos frequência de ocorrência e repetição. Tendo por base a proposta estruturacionista e a teoria da polidez, analisamos 37 textos publicados naquelas seções. Apenas uma dessas análises é apresentada neste artigo, além dos dados gerais referentes às 37 análises, apresentados de modo comparativo na seção final. Os resultados refletem uma efetiva aplicação da ferramenta como suporte às pesquisas que utilizam predominantemente as técnicas de análise do discurso e análise narrativa. Finalmente, são feitas várias relações entre o modelo de análise de discurso aqui proposto, os resultados desta pesquisa específica e o arcabouço analítico institucional que fundamenta o estudo, de modo a subsidiar pesquisas futuras.

Palavras-chave: estudos organizacionais, análise do discurso, polidez, Giddens, institucionalização.

Agency and discursive strategies: a business media example

ABSTRACT. Our main objective was the development and implementation of a tool for discourse analysis. We used text fragments of the sections ‘Management’ and ‘Business’ from Exame Magazine, understood as a commercial media interfering in the construction of meaning in the context of business, mapped in discourse analysis in the detection of language strategies in the period January to December 2008, questions related to frequency of occurrence and repetition. Based on the structurationist proposal and politeness theory, we analyzed 37 texts published in those sections. Only one of these analyses is presented in this paper, in addition to the 37 general data analysis, presented in a comparative way in the final section. The results reflect an effective enforcement tool with support for research that predominantly use the techniques of discourse analysis and narrative analysis. Finally, several relations are made between the model of discourse analysis proposed here, the results of this research and specific institutional analytical framework underlying the study, in order to support future research.

Keywords: organization studies, discourse analysis, politeness, Giddens, institutionalization.

Introdução

O interesse pela Análise do Discurso na área da Administração é crescente. Muitos trabalhos relatam a importância de se dotar os estudos em Administração de um ferramental apropriado a mapear as práticas sociais nas suas relações e complexidades (HERACLEOUS; HENDRY, 2000; HERACLEOUS; BARRETT, 2001; HENRY, 2000). Além disso, é patente a necessidade de se manter referência ao tempo e ao espaço como aliados eminentes da análise. Isto se dá, pois as instituições, como elementos sociais com maior ‘distensão’ espaço-temporal, reúnem elementos fundamentais de concentração das práticas sociais, das inter-relações, dos encontros, das rotinas, dentre outros.

Assim sendo, os atores sociais se relacionam juntando-se prática social e discurso, percebendo-se um caráter de indissociabilidade entre ambos. Os agentes procuram se manifestar, havendo ou não consciência discursiva, isto é, procedimentos efetivos de escolhas de estratégias discursivas (intenção no processo de construção) ou tendo-se o próprio discurso à mercê da ignorância e subserviência contextual e ideológica (incidental), perpassados por uma espécie de consciência prática. As ações são desenvolvidas com um significado atrelado (conscientemente ou não), caracterizando-se pela ação engajada, significativa num determinado contexto situacional. Assim, num contexto que efetivamente oscila entre ambientes ‘livres’ e coercitivos, o homem como agente busca nas ações discursivas o uso de estratégias que favoreçam os

processos interacionais, o atingimento dos seus objetivos, articulando essas mesmas ações em momentos de preservação das faces relacionais (interação), conscientemente ou não.

Com o objetivo de se iniciar a construção de uma ferramenta analítica do discurso acima anunciada por sua demanda no ambiente organizacional, utilizamos aqui uma base teórica linguística que garantisse a fundamentação desse esforço. Essa base tem como fundamento a premissa de que a interação humana, quando se dá por via do discurso, ocorre por meio de faces relacionais, isto é, a autoimagem pública que cada membro da sociedade toma para si e que influencia o uso que ele faz do discurso, quando em interação. Essas faces podem ser respeitadas ou contestadas no momento do discurso, dando origem a diferentes estratégias discursivas, essas por sua vez consistindo na base a partir da qual se pode viabilizar a análise das intenções que permeiam o discurso, em seus aspectos mais diversos.

Entendendo-se que essa ideia merece inúmeras explicações, passa-se a prover, na medida do possível, considerando-se que se trata ainda de uma investigação, alguns esclarecimentos acerca de cada elemento daquela estrutura complexa, na tentativa de justificar a ideia subjacente. Assim, estrutura, agência e discurso (linguagem) passam a ser abordados na sequência deste artigo.

Quadro teórico de referência: estrutura, agência e discurso

O conceito de estrutura é um dos termos mais importante e ilusório presente no contexto da ciência social atual (SEWELL JR., 1992). Ainda segundo Sewell Jr. (1992), quando somos interpelados sobre o significado desse vocábulo, apresentamos dificuldade para definir o termo sem usar a própria palavra estrutura ou um dos seus variantes na sua definição, o que reflete a dificuldade das ciências sociais para definir o termo e entender o fenômeno por ele implicado. Mesmo assim, Giddens (1984, p. 377) define estrutura como

[...] regras e recursos, implicados recursivamente na reprodução dos sistemas sociais. [A] estrutura existe somente como traços de memória, a base orgânica do conhecimento humano especificado na ação.

Giddens (2003, p. 20) ainda afirma que

[...] [a] estrutura é uma ordem virtual de meios relacionais de transformação que os sistemas sociais, como práticas sociais reproduzidas, não têm estrutura, mas de antemão exibem propriedades estruturais e que [a] estrutura somente existe como uma presença espaço-temporal na sua instanciação em suas práticas e como traços mnemônicos [d] a conduta dos agentes dotados de capacidade cognoscitiva.

Esta noção de estrutura caracteriza o dualismo estrutural proposto por Giddens, quando os agentes sociais detêm capacidade de ação propícia ‘a fazer a diferença’, atuando criativamente a partir de recursos estruturais ao mesmo tempo em que os reproduz. Esta perspectiva oferece uma ferramenta de rara eficiência: ‘recursividade’, referindo-se a um sistema de regras gerativas e recursos que são aplicados à ação e [ao mesmo tempo] são constituídos por ela.

Giddens (1984) afirma ainda que a estrutura pode também ser entendida como características institucionalizadas (propriedades estruturais) das sociedades. No entanto, estrutura é uma categoria genérica que está imbricada em cada um dos seguintes conceitos: (1) princípios estruturais - princípios de organização de totalidades sociais, ou seja, os fatores envolvidos no alinhamento institucional global de uma sociedade; (2) estruturas - conjunto de regras e recursos envolvidos na articulação de sistemas sociais; (3) propriedades estruturais (elementos e eixos de estruturação) - características institucionalizadas (estruturadas) dos sistemas sociais, estendendo-se ao longo do tempo e do espaço.

Segundo Machado-da-Silva et al. (2005), é pela proposta de Giddens que vamos poder visualizar a interdependência entre estruturas e ações sociais, quando estruturas são vistas como traços de memória que se manifestam, reproduzem-se e se reconstruem em qualquer atividade humana. Assim, parece haver uma base de dados constituída em recursos à disposição dos agentes que, de sua vez, vão, sob sua influência e a serviço de uma situação que configure registro de referência contextual e, ainda, a partir de uma capacidade criativa presente em todas as ações humanas, agir nos mais variados contextos. Acresentando-se as instituições nessa trama relacional e agêntica, elas parecem fornecer guias e recursos para agir, bem como proibições e pressões sobre a ação (MACHADO-DA-SILVA et al., 2005).

Giddens (1984) deixa claro que a análise da conduta estratégica dos atores em um determinado contexto possibilita identificar a reprodução de práticas em longas datas e, por conseguinte, os modos de distanciamento espaço-temporal que ligam essas atividades práticas e as relações, manifestando as características dos sistemas intersociais. Tal procedimento, somado com a análise institucional, contribui para o entendimento da dualidade da estrutura, possibilitando a conceituação das principais características de uma dada ordem institucional. No entanto, Giddens (1984) adverte que os conceitos da teoria da estruturação devem ser vistos somente como

recursos sensibilizadores, sendo úteis para a reflexão dos problemas de pesquisa e interpretação dos resultados. Adotando-se essa perspectiva, pode-se afirmar que recursos e regras estruturais não podem assumir um recorte internalista ou externalista à figura humana, mas uma composição entre elas. Os recursos e regras estruturais teriam existência mental e social ao mesmo tempo, ou seja, existe uma dualidade na teoria da estruturação, bem como um caráter de dupla composição entre recursos e regras estruturais de motivação interna e externa ao ser humano, o agente.

Agência é processo de engajamento social com referência a três aspectos: ao passado, no seu aspecto interacional ou habitual; ao futuro, no que se refere à capacidade projetiva, isto é, de capacidade de imaginar possibilidades alternativas de ação; ao presente, enquanto capacidade prático-avaliativa de contextualizar, considerando-se as contingências do momento, os hábitos passados e projetos futuros (EMIRBAYER; MISCHE, 1998, p. 963). Para Giddens, ser capaz de agir significa “[...] intervir no mundo ou se abster dessa intervenção” (GIDDENS, 1984, p. 14), ou, simplesmente, ser significativo num curso de eventos, dispensando-se inclusive o caráter proposital desta interferência.

Esta noção pode ser integrada às ações discursivas perfeitamente. A ação humana em qualquer ambiente não existe sem a presença da linguagem, consequentemente de estruturas textuais, em formação e ação mental (interpretativa) e social. Cabe-nos ainda destacar que a linguagem envolve mais do que o sistema linguístico. Ela envolve todos os elementos semióticos, traduzidos por língua, gestos, expressões corporais, expressões faciais, todos eles atrelados a roteiros mentais (*scripts*) construídos nos relacionamentos, bem como ao estado inato do ser humano frente à aquisição da linguagem, isto é, o agente é apto a agir independentemente das suas intenções, motivações, rationalizações sobre as relações sociais, circunscrito na estrutura complexa da proposta deste trabalho.

Giddens separa aquilo que é razão daquilo que é motivo. As razões de uma ação se referem à base de sua existência. São os fundamentos da ação. Já os motivos são aqueles que criam algo potencial, algo que suscite o agente a agir. Eles não se perpetuam ao longo da ação. Ao contrário, residem somente num período que é delimitado por tempo e circunscrito num espaço de um projeto. Por outro lado, as razões, bem como o monitoramento reflexivo, estabelecem-se ao longo da ação. O monitoramento vai além da ação. Assim, mesmo os agentes que são dotados de competência discursiva para relatar suas razões e descrever o resultado do seu

monitoramento reflexivo raramente conseguem reportar os seus motivos.

Não obstante o monitoramento reflexivo e a rationalização se distinguirem principalmente no processo de descrição discursiva, eles estão embasados pelos mesmos princípios. A rationalização da ação se compõe da ‘explicação’ do porquê o agente agiu daquela forma, dando as suas razões (GIDDENS, 1979). O monitoramento reflexivo, porém, vai oferecer um *background* para a rationalização da ação, pois envolve os elementos contextuais presentes nos eventos, sejam anteriores ou processuais. Destaca-se, ainda, de acordo com Emirbayer e Mische (1998), que os assim chamados agentes não podem ser concebidos numa perspectiva atomista, mas como respondentes ativos a uma sobreposição de sistemas chamada de contextos temporal-relacionais. Destaca-se a necessidade do agente desenvolver suas capacidades de enfrentar um amplo espectro complexo de possibilidades situacionais, numa projeção fundamentalmente intersubjetiva, ‘calculando’ suas ações traduzidas e enformadas em ações discursivas (comunicativas) em que o outro e ele próprio devem ser considerados, ou seja, o ator não se isola dos processos, mas se coloca neles sem perder a noção do outro. Esse comportamento demanda a organização dos processos interacionais, centralmente o textual, recorrendo-se a estruturas gramaticais (syntax, semântica, lexical, pragmática etc.) como elemento fundamental do discurso internalizadas em sua mente, associando-se a referências contextuais e situacionais impostas pelo ambiente, além da manutenção das faces relacionais. Assim, qualificamos o discurso num ambiente dos usos da linguagem, vinculados às noções de consciência prática e consciência discursiva. Essas noções são unidas às ideias de intencionalidade, rotinização discursiva e repetição de ações. Um dos esteios aqui utilizados é o modelo de estratificação da ação (GIDDENS, 1979) bem como elementos da proposta de Goffman (1967), quando são considerados elementos das faces relacionais nos momentos de interação.

O discurso, ao mesmo tempo em que se apresenta como ferramenta extremamente eficaz ao ser humano, caracteriza-se também por elementos estruturantes encontrados na sua organização sintático-semântica, além de marcações temporais altamente significativas, tanto na produção quanto na recepção textual. O agente se reveste de processos mentais e interacionais com a intenção de agir. Busca referências significativas na estrutura gramatical internalizada e constrói discurso selecionando, sempre que possível, estruturas

textuais adequadas às situações vivenciadas. Vale destacar aqui que a intencionalidade referida anteriormente deve ser novamente tratada, uma vez que o agente mesmo não conseguindo manifestar suas intenções via discurso, a terá presente.

Para que sejam usados intencionalmente ou não, o agente tem à sua disposição dois potentes aliados. A gramática da língua internalizada ainda na infância e as estratégias discursivas adquiridas com o desenvolvimento das habilidades linguísticas e das relações sociais em experiências diretas ou aquelas recuperadas por meio de lembranças, relatos, assim por diante. Nesse contexto, parece haver uma noção retratada nos trabalhos de Giddens e recuperada em vários outros já citados anteriormente, de dualidade no processo de estruturação que se faz presente na composição do discurso agêntico, ou seja, as estruturas sintático-semânticas e as macroestruturas textuais garantem amplo espectro de possibilidades de formação de frases e, consequentemente, viabilizam infinitas composições. Essas composições entre estrutura e ação discursiva favorecem o agente em situações cotidianas (rotineiras ou não). Fica a cargo do seu discernimento cognoscitivo e de sua experiência prática as evoluções discursivas.

As situações cotidianas são carregadas de elementos significativos. Estes elementos são responsáveis por inúmeras referências. Nos momentos de interação, os agentes apresentam suas faces relacionais. Como se verá adiante, elas serão fundamentais nas situações de externação (quando o agente se dirige por meio do discurso ao ouvinte), em processos de utilização de estratégias linguísticas de polidez.

Sobre as faces (*i*) relacionais (*ii*), entende-se que: (*i*) A face consiste em uma autoimagem pública que cada membro da sociedade toma para si que, por sua vez, consiste em: a) Face negativa - a liberdade de agir de forma não impedida e nos direitos de território, autopreservação, direito de não ser molestado, ou seja, o direito à liberdade de não impedimento; b) Face positiva - autoimagem ou personalidade positiva que o agente interacional tem e que ele gostaria que fosse aprovada e apreciada.

(*ii*) Algumas capacidades racionais ligadas à identificação de meios possíveis para atingir um determinado fim, recuperando-se noções do discurso agêntico.

A noção de 'face' deriva de Goffman (1967), bem como dos usos do inglês, quando se refere a ser humilhado ou constrangido (*losing face*). Dessa forma, face passa a ser algo que detém vínculo com engajamento emocional. Permite, assim, ser perdida, mantida ou melhorada, além de demandar atenção permanente em situações de interação. De forma

geral, as pessoas costumam cooperar na inter-relação, esperando que também recebam o mesmo das outras pessoas. Isto se dá não por benevolência humana, mas porque os agentes conhecem as vulnerabilidades de suas faces, isto é, existe uma ligação entre as faces relacionais que sugerem preocupações entre os agentes em interação, preocupações em manter a face do outro para que a sua própria também seja mantida. Exige-se, assim, uma especial atenção por parte dos agentes, orientados pelo que acima já foi citado, qual seja, "[...] face consiste em uma autoimagem pública que cada membro da sociedade toma para si". (BROWN; LEVINSON, 1987, p. 62) Será essa 'especial atenção' um elemento fundamental na visualização do funcionamento das estratégias discursivas neste trabalho abordadas.

Destarte, pode-se projetar sobre os ombros dos agentes uma tendência discursiva agêntica recuperada em determinadas composições estratégicas linguísticas de polidez que revestem os usos da linguagem (as práticas discursivas). Em momentos de interação direta ou não, consciente (com propósito definido) ou não, os agentes farão uso de estratégias linguísticas, seguindo potencialmente os seus objetivos; farão uso de motivação, racionalização da ação e monitoramento reflexivo (GIDDENS, 1979). Assim, a ação social é analisada como unidade complexa (agência/estrutura/discurso) fomentadora e, ao mesmo tempo, participante de processos estruturantes e institucionalizantes. Tendo-se em vista que a agência se efetiva pelo discurso, basicamente, via escolha de estratégias linguísticas ao se deparar com as ameaças das faces relacionais, pauta-se na ideia de que um elemento fundamental da agência é o discurso. Nos momentos de interação, esquemas cognitivos favorecem as relações entre elementos estruturais linguísticos e referências contextuais, quando estratégias linguísticas de polidez sustentam as proposições agênticas ilocucionárias.

Sabendo-se que as ações humanas não se estabelecem exclusivamente calcadas na intencionalidade, o discurso agêntico não se limita às ações discursivas intencionalmente construídas, mas também a discursos estruturados na consciência prática. Esta perspectiva composicional¹ aplicada sobre qualquer fenômeno configurado nas relações humanas exige compromisso com o rigor da observação e do relato. É notório que a união de

¹A noção composicional adotada aqui é aquela que congrega perspectivas afins, porém componentes de áreas diferentes, isto é, serão unidas noções da sociologia institucional com a área da Linguística de modo a apresentar uma possibilidade plausível para se descrever as ações humanas nos contextos individuais e coletivos em processos interacionais.

noções ou de conceitos tratada em extensas discussões teóricas suscita muitas críticas e questionamentos. A (re)delimitação de uma proposta teórica disputa espaços e demanda novas acomodações, exige esforço discursivo e empírico, comprometimento científico, vigor retórico e destreza. Assim, quando se faz a opção de se olhar através de uma lente específica sobre as ações humanas, qual seja, a da agência, determina-se todo um escopo de pesquisa que se configura pela discussão, multiplicidade de propostas e descrições, enfim, um contexto de muitas possibilidades e vieses já indicados em várias pesquisas científicas encontradas na literatura.

Considerando-se que o ser humano, dotado de raciocínio e relações, apresenta em si todo um universo de possibilidades, incrementando nos contextos de relacionamento, propõe-se descrever uma estrutura complexa de agência composta por estrutura/agência/disco (ou linguagem)² como elementos indissociáveis, isto é, o ser humano em estado latente (considerado em processos não interativos) e em plena interação é dotado de capacidade agêntica. É a partir dela que tudo se viabiliza. Deste modo, pode-se sugerir que os agentes oscilam entre escolhas das estratégias linguísticas e momentos de manifestação da consciência prática. Neste segundo caso, as referências advindas das práticas cotidianas se sobrepõem aos objetivos interacionais. São reveladas estratégias discursivas sem ‘consentimento’ do agente. Parece ser uma manifestação não consciente de elementos registrados na mente do agente.

Uma perspectiva teórica que favorece a inserção daqueles registros citados é a da polidez pragmática (LEVINSON, 1983; BROWN; LEVINSON, 1987). No trabalho de Penelope Brown e Stephen Levinson o ponto alto da pesquisa foi a busca por universais linguísticos (pesquisa de cunho empírico dentro da pragmática linguística). A despeito da proposta de pesquisa daqueles estudiosos, alguns resultados secundários relatam manifestação recorrente em termos de estratégias discursivas com tremenda afinidade com a perspectiva da construção do discurso agêntico deste artigo, favorecendo sobremaneira as possibilidades de descrição da composição da agência.

Sumarizando os resultados da pesquisa de Brown e Levinson, destaca-se a referência à presença de Falantes (doravante apenas A, na nossa perspectiva, Agentes) e Ouvintes (doravante apenas O, entendidos como agentes que recebem a ação),

como em todos os processos de análise linguística da comunicação. Ambos A e O são agentes, desenvolvendo seus papéis nas relações interacionais. Ambos, A e O, são dotados de faces relacionais e estas, na perspectiva de Brown e Levinson (1987), são segmentadas como ‘face positiva e face negativa’; igualmente, ambos (A e O) são agentes racionais, no sentido de que são capazes de escolher meios razoáveis para satisfazer os fins que motivaram tais meios. Em geral, tanto A quanto O tentarão manter a face um do outro (podendo ser a sua própria), tendo em vista que a face é um conjunto de vontades satisfeitas somente pelas ações dos outros, em trocas interacionais. Assim, A tentará manter a face de O, a menos que ele consiga fazer com que O mantenha a face de A sem recompensa, coerção, dolo, etc. Essa forma de designar os indivíduos nos momentos de interação tem afinidade direta com as situações vividas em vários tipos de grupos sociais.

Nesse contexto, considerando-se as faces acima descritas em um ambiente interacional complexo, outro conceito é requerido, aquele que envolve os Atos de Ameaça à Face – AAF (*FTA, Face-threatening Acts*). Os AAFs são todos os atos que intrinsecamente ameaçam a face relacional de O. Observa-se pontualmente que os AAFs são colocados nas mãos de A, caracterizando-se pela iniciativa da ação. Tem início a tentativa de controle da interação por parte de A. Nessa instância, restrições sociais são assumidas, impostas normalmente por papéis a serem desempenhados, e o sucesso das ações passa a depender de algumas variáveis e das habilidades do A em estar no ‘comando’ da relação. Estando na situação de perceber que terá que executar um AAF, ou seja, uma ação discursiva, o agente poderá escolher estratégias de minimização da ameaça ou executar o AAF com eficiência máxima, recorrer às estratégias de polidez. Portanto, servem para demonstrar como A age racionalmente dependendo do grau de ameaça à face de O e da maneira como ele quer preservar a sua própria face e a face do O. Lembramos que face, neste contexto, é um conjunto de vontades satisfeitas somente pelas ações dos outros em trocas interacionais. Temos aqui um incremento na dificuldade de se executar um AAF, considerando-se e mantendo-se as faces tanto de A quanto de O.

Brown e Levinson (1987) identificam a origem de sua noção de ‘face’, parcialmente via Durkheim, a partir dos ‘Ritos Positivos e Negativos’, na obra *The Elementary Forms of Religious Life*, e parcialmente via o trabalho de Goffman (1967, 1974) e das noções populares que ligam ‘face’ às ideias de humilhação ou vergonha. Exemplificam com a expressão linguística do tipo ‘queimar a cara’ (sentir-se

²Preferimos não distinguir, neste estudo, os dois termos, mantendo-os em nosso texto.

humilhado, envergonhado, paralela à expressão idiomática ‘livrei a minha’, que significa evitar a humilhação, preservar-se de uma situação embarçosa). Assim, a noção de face está presente de maneira bastante constante nas interações sociais, de forma que devemos prestar atenção nela para investirmos emocionalmente e de modo que poderíamos perdê-la, mantê-la e melhorá-la (BROWN; LEVINSON, 1987)

Desse modo, como os agentes interacionais se sabem mutuamente vulneráveis quanto à face, ambos cooperam em uma interação para manter a própria face e a face do outro. A ideia, portanto, é expor as maneiras pelas quais os agentes de uma interação se tornam cuidadosos em manter a face, já que a face de cada um depende do fato de a face do outro ser mantida. Isso porque, caso sintam que ela esteja ameaçada, os participantes de uma interação a defenderão, em geral, às expensas da do participante que executa uma AAF à sua face. É essa espécie de ‘jogo’ que faz com que os agentes usem de estratégias racionais para evitar ameaças à face dos interlocutores, protegendo ao mesmo tempo a sua face.

Retomando o conceito anteriormente descrito, qual seja, os AAFs são todos os atos que intrinsecamente ameaçam a face de O, admite-se que apesar de A e de O reconhecerem face e racionalidade ainda sim há ameaças que vão de encontro aos desejos da face de A ou de O. Os atos são entendidos aqui como partes do discurso agêntico no que tange aos processos verbais intencionais ou não. Inicialmente, são distintos atos que ameaçam a face positiva de atos que ameaçam a face negativa, tanto do agente quanto do ouvinte, da seguinte maneira:

Atos que ameaçam a face negativa ou positiva:

a) Os atos que ameaçam os desejos da face negativa de O, (potencialmente) indicando que A não pretende se abster de impedir a liberdade de ação de O, seriam exemplificados por:

a1) Atos que predicam um ato futuro de O, pressionando-o a executar (ou impedi-lo de executar) o ato X do tipo:

i. Ordens e pedidos (A indica que ele quer que O faça ou deixe de fazer, o ato X);

ii. Sugestões e conselhos (A indica que ele acha que O deveria executar o ato X);

iii. Lembretes (A indica que O deveria lembrar-se de fazer um ato X);

iv. Ameaças, avisos, confrontamentos (A indica que haverá sanções contra O caso ele não execute o ato X).

a2) Os atos que predicam uma ação futura de A com relação a O e pressionam O para aceitá-los e provavelmente incorrer em dúvida são:

i. Ofertas (A indica que ele quer que O indique se quer ou não que A faça algo por ele, possivelmente incorrendo em dúvida);

ii. Promessas (A se compromete com uma ação futura com relação a O).

a3) Os atos que predicam um desejo de A com relação a O, fazendo com que O pense que deve tomar medidas de proteção com relação ao que A quer, sejam:

i. Elogios, expressões de inveja e admiração (A indica que ele gosta de algo de O ou que quer esse algo para si);

ii. Expressões de emoções (negativas) fortes com relação a O, como ódio, raiva ou cobiça (O indica possível motivação para fazer mal a O ou aos bens de O).

a4) Os atos que ameaçam o desejo da face positiva, potencialmente indicando que A não se importa com os sentimentos, desejos, etc. de O (e que de certa forma indicam que ele não deseja as coisas que O deseja). Incluem:

a5) Aqueles que mostram que A de certa forma avalia negativamente algum aspecto da face positiva de A:

i. Expressões de desaprovação, crítica, desprezo ou ridicularização, reclamações e reprimendas, acusações, insultos (A indica, assim, que não deseja um ou mais dos desejos, atos, características pessoais, bens, crenças ou valores de O);

ii. Contradições ou discordâncias e desafios (A indica que ele acha que O está errado sobre algum assunto, o que gera desaprovação).

a6) Os atos que indicam que A não se importa ou é indiferente à face positiva de O são:

i. Expressões de emoções descontroladas (dando motivos a O para temer F ou se sentir embarulado);

ii. Irreverência, menção a tabus, incluindo os que são inapropriados ao contexto (indicando que A não dá valor para as coisas às quais O dá valor);

iii. A trazer más notícias sobre O ou boas notícias sobre si mesmo (A indica que quer desagradar O e que não se importa com seus sentimentos);

iv. Trazer à tona tópicos emocionais ou segregantes, como política, raça, religião, liberdade feminina, etc. (A cria uma atmosfera perigosa para a face);

v. Não cooperação em alguma atividade, como interrupções da fala de O, mostrar falta de atenção etc. (A indica que não se importa com os desejos da face positiva ou negativa de O);

vi. Uso de termos ofensivos ou marcados quanto ao *status* em encontros iniciais (A identifica O de maneira errônea ofensiva ou embarçosa, de maneira intencional ou acidental).

Atos que ameaçam a face do ouvinte ou a do agente:

- b) Os que ofendem a face negativa de A:
- b1) Exprimir agradecimento (A reconhece uma dívida, humilhando sua própria face);
 - b2) Aceitação do agradecimento ou das desculpas de O (A sente-se compelido a minimizar a transgressão ou dívida do ouvinte, com expressões do tipo: ‘Que é isso, não foi nada!?’);
 - b3) Desculpas (A indica que ele acha que teve uma boa razão para fazer, ou não fazer, um ato que O criticou, de modo a causar confronto entre o que ele e o que O pensam das coisas);
 - b4) Aceitação de ofertas (A é compelido a aceitar uma dívida);
 - b5) Respostas a uma gafe (se A visivelmente nota uma gafe anterior, ele pode causar embaraço a O, e se ele fingir que não nota, ele pode se sentir de forma desagradável);
 - b6) Promessas e ofertas a contragosto (A se compromete com uma ação futura embora não queira).
- c) Os que ofendem a face positiva do agente:
- c1) Pedidos de desculpas (A indica que sente muito por um AAF anterior, danificando sua face em algum grau, especialmente se esse AAF for descoberto por meio do pedido de desculpas);
 - c2) Aceite de elogio (A pode se sentir constrangido a denegrir o objeto do elogio de O, ou sentir-se constrangido a elogiar O em troca);
 - c3) Perda do controle físico sobre o corpo, fluidos corporais, tropeços ou quedas;
- c4) Auto-humilhação, amedrontamento, agir estupidamente, autocontradição;
- c5) Confissões, admissões de culpa ou responsabilidade (por ter ou não ter feito uma ação ou por ignorância);
- c6) Descontrole emocional, por exemplo, lágrimas ou riso.
- Segue, na Figura 1, retirada de Brown e Levinson (1987, p. 60), um resumo (adaptado) da hierarquia das circunstâncias que vinculam o uso das estratégias de polidez expostas em seu modelo.
- O agente, em uma situação que apresente vulnerabilidade de face deve utilizar certas estratégias para minimizar as ameaças relacionais. Ele poderá levar em consideração três desejos: (a) o de comunicar o conteúdo do AAF; (b) o de ser eficiente ou urgente; (c) o de manter a face de O de qualquer forma. A menos que (b) seja maior que (c), o agente tentará minimizar a ameaça do AAF em questão. As estratégias aparecem resumidas na Figura 1 acima e podem ser entendidas da seguinte maneira.
- O agente age *on record* ao executar um ato quando estiver claro aos participantes a sua intenção comunicativa que o levou a executar o ato. Por exemplo, ao enunciar ‘Eu prometo vir amanhã’, o agente se compromete com uma ação futura. Pode-se dizer que o agente o fez de maneira *on record* (numa tradução livre seria ‘diretamente’), pois o ouvinte entende que só há uma intenção não ambígua conduzida pelo ato de fala de A.

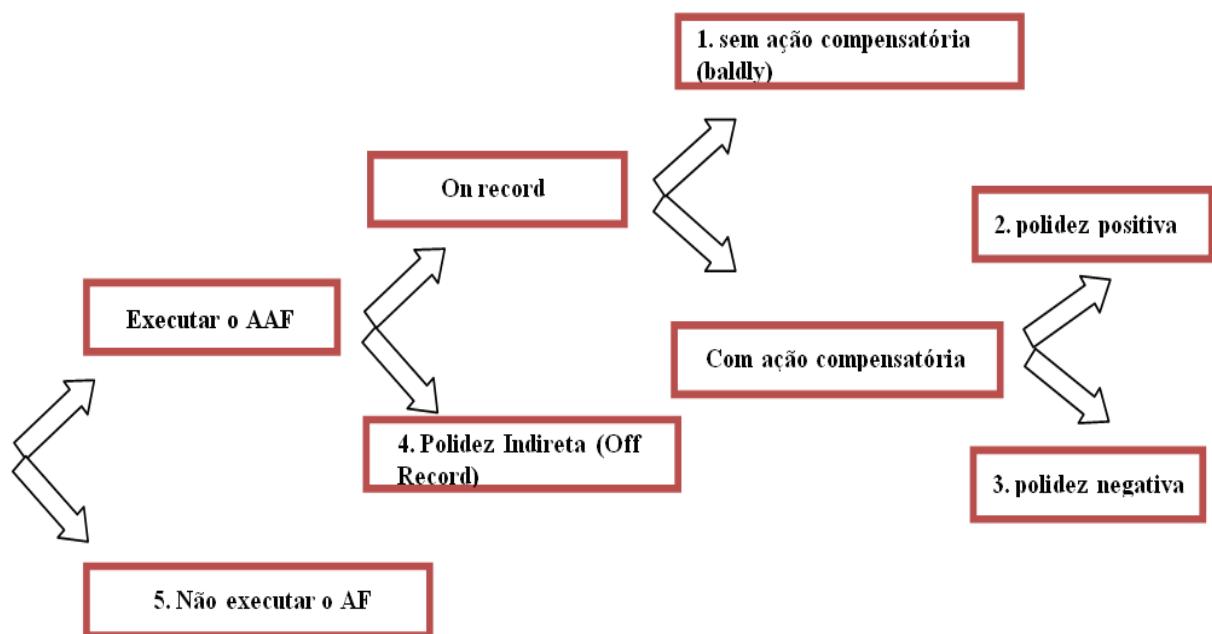


Figura 1. Estratégias possíveis para se executar um AAF.

As possíveis vantagens dessa estratégia são: o agente pode conseguir pressão pública contra a face do ouvinte ou em favor de si mesmo; ele pode ser visto de maneira positiva pela honestidade do ato ou pelo fato de o ouvinte entender que o agente confia nele; o agente pode ser visto como não manipulador, diminuindo a possibilidade de não ser entendido.

Contrariamente, ao agir *off record* (ou ‘indiretamente’), o ouvinte entende que há mais de uma intenção/significado que se pode atribuir à enunciação de um ato de fala contextualizado e que o agente não se comprometeu exclusivamente. Ainda, as estruturas discursivas que não apresentam objetividade podem ter os seus sentidos completados por O à mercê de suas próprias referências. Um exemplo seria ‘Droga, estou sem dinheiro, esqueci de ir ao banco hoje’, que não exprime exclusivamente a intenção do agente de tomar dinheiro emprestado do ouvinte, mas que mesmo assim pode exprimir essa intenção, e, em geral, o faz por tudo aquilo que representa uma estrutura com essas características somada aos registros referenciais de contextualização. As realizações linguísticas da estratégia *off record* incluem a ironia, a metáfora, as tautologias, *understatements* (dizer menos do que é necessário para expressar algo de forma não ambígua), perguntas retóricas etc. Os possíveis ganhos advindos dessa estratégia incluem o crédito que recebe pelo tato demonstrado na ação comunicativa, ele será visto como não coercivo. O agente dá ao ouvinte uma oportunidade de este demonstrar que se importa com aquele, testando os sentimentos do ouvinte. Além disso, ao dar a chance ao ouvinte de retribuir positivamente a um ato comunicativo potencialmente perigoso (que poderia ser entendido como ordem, caso não fosse feito de maneira *off record*), o ouvinte ganha créditos por ser generoso e cooperativo.

Os atos sem ação compensatória, chamados de estratégia direta (*bald on record*), são aqueles realizados da maneira mais clara, concisa, não ambígua e direta possível, e. g. *Faça isto!* O agente se utiliza dessa estratégia quando não teme retribuição do ouvinte, em situações como as seguintes: (a) ambos concordam tacitamente que a situação demanda urgência e eficiência, de modo a temporariamente suspender as necessidades das faces relacionais; (b) quando a ameaça à face do ouvinte é muito pequena, ou seja, quando não se exige muito do ouvinte, em situações como ofertas, sugestões que sejam do interesse do ouvinte; (c) quando o agente é muito superior em poder ao ouvinte ou quando pode sugerir auxílio à audiência para destruir a face do ouvinte sem colocar em risco a sua própria face.

Ações compensatórias (*redressive actions*) são aquelas que ‘dão face’ ao ouvinte, ou seja, são aquelas nas quais o ouvinte percebe que o agente escolhe estratégias que claramente podem manter a face do ouvinte, por meio de estratégias e escolhas que demonstrem que o agente se preocupa com as vontades da face do ouvinte e compartilha delas. Esse tipo de ação pode ser positivo ou negativo, como veremos.

A estratégia de polidez positiva é o tipo de ação corretiva orientada à face positiva do ouvinte, ou seja, à autoimagem que o ouvinte reclama para si, ao desejo de ser aprovado pelo outro. Usando essa estratégia, o agente pretende que o ouvinte entenda que seus desejos são compartilhados³. Isso pode ser feito por meio de um tratamento amigável ou por meio de tratamento de identificação de grupo, ou tratamento que deixe claro que os desejos e traços de personalidade do ouvinte são conhecidos e aprovados. Essa tentativa de mostrar ao ouvinte que o agente compartilha de seus desejos de face é que reduz o risco à face do ato comunicativo em questão. As vantagens dessa estratégia incluem a criação de um ambiente amigável entre agente e ouvinte, de modo que até mesmo atos comunicativos que carregam bastantes possibilidades de ameaça à face, como as críticas, por exemplo, podem ser vistas de maneira menos ‘incisivas’ degradantes do relacionamento. Pedidos e ofertas também podem ter a possibilidade de débitos posteriores diminuídos por meio da expressão da reciprocidade ou por meio da inclusão do ouvinte como possível beneficiário da mesma ação (como, por exemplo, quando o marido grudado à TV diz à esposa ‘Vamos fazer o jantar’).

A estratégia de polidez negativa tem como objetivo satisfazer a face negativa do ouvinte, relacionada aos seus desejos de ser desimpedido em suas ações e aos seus desejos de manutenção de território e de autodeterminação. Assim, os atos comunicativos são realizados de modo a deixar claro que o agente respeita os desejos da face negativa do ouvinte, e que o agente não vai interferir com os desejos de agir livremente do ouvinte. Esses atos se realizam de maneira linguisticamente deferente, com expressões de respeito, formalidade, pedidos de desculpas por eventuais interferências, mecanismos de impessoalização (como a voz passiva), criando uma certa distância entre agente e ouvinte, e permitindo a este uma ‘saída’, ou seja, uma opção que favoreça sua face negativa, de modo que ele não seja forçado a agir e possa escolher qual será sua

³Esta condição encontra semelhança na descrição de Heracleous e Hendry (2000), quando indica que a linguagem pode ser aplicada na facilitação dos processos administrativamente relevantes e resultados, como o exercício da liderança.

ação. Os benefícios dessa estratégia incluem a expressão de respeito, deferência, e a possibilidade de evitar incorrer em débito futuro. O agente mantém a distância social, e evita o risco de avançar na familiaridade ou intimidade com o ouvinte quando estas não existem. A possibilidade de dar uma saída ao ouvinte é vista como uma vantagem quando, por exemplo, o agente faz uma oferta ou um pedido e não expressa a vontade de que o ouvinte diga necessariamente ‘sim’, mesmo quando essa saída possível é apenas convencional, e não corresponde a uma saída de fato, mas sim a uma expressão de solidariedade à face do ouvinte.

O agente pode, finalmente, escolher não realizar o AAF, sob pena de não comunicar o conteúdo proposicional desejado. Essa estratégia não recebe muita atenção nas teorias da polidez, já que não serve para o fim último da polidez, que é auxiliar na comunicação.

Procedimentos metodológicos

Nosso objetivo foi mapear a composição complexa da utilização de estratégias linguísticas como forma de agência por parte de autores dos artigos publicados na Revista Exame. A captura das estratégias linguísticas foi procedida a partir de duas categorias: 1) a frequência de ocorrência; 2) a repetição ao longo do tempo, ambas inseridas no período de janeiro a dezembro de 2008. Assim, pretendeu-se associar os resultados de pesquisas feitas no escopo da sociolinguística com a teoria estruturacionista de Giddens. Desta última, utilizamos dois quesitos fundamentais, quais sejam: (i) a rotinização, manifestada pela consciência prática dentro do sistema social, em que se baseia a reprodução social; (ii) o caráter situado de ação marcada espaço-temporalemente. Ele estabelece referência ao posicionamento físico do agente, bem como favorece marcadores longitudinais mais abstratos. Por meio desses dois quesitos coercitivos de pesquisa, este trabalho pretendeu ser revelador de indicadores da reprodução social ao longo do tempo, expressando uma tendência discursiva que tenta formar opinião dentro do segmento dos negócios e da gestão.

Em termos operacionais, foram selecionados textos da Revista Exame, das seções Negócios e Gestão, publicados no período de janeiro a dezembro de 2008. Os textos foram separados por seção e por autor. O objetivo foi tentar visualizar o que há de estrutural, como elemento mais geral de manifestação escrita, e o que se detém no agente, via elementos discriminantes dos textos dos vários autores. A partir das categorias de análise, os textos foram abordados cronologicamente. O fator tempo

na formação da sua história determina a composição e a variação discursiva agêntica da revista, oscilando-se por influências da estrutura, como elemento regulador. O recorte de doze meses de publicações dos textos sob pesquisa remete-nos ao caráter longitudinal do estudo. A escolha autônoma de estratégias discursivas e o objetivo da ação alternando-se entre público-alvo externo e interno à própria mídia de comunicação possibilitaram-nos esperar detectar um padrão de recursividade nesse processo, ou seja, à medida que a estrutura restringe as escolhas de estratégias linguísticas que caracterizam o discurso agêntico da revista, este (o discurso) interfere na composição estrutural da própria revista em termos discursivos agênticos. O estudo caracterizou-se como descritivo (RICHARDSON, 1989; SELLTIZ et al., 1987). Foram assim compostos estes momentos de análise: (i) a pré-análise, (ii) a exploração do material e o tratamento dos resultados, e (iii) a inferência e a interpretação.

O delineamento da pesquisa foi do tipo pesquisa documental, considerando que os dados coletados permitiram análises descritivas e explanatórias dos relacionamentos entre autores. Segundo Bardin (1977), a pesquisa documental é aquela que utiliza materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser elaboradas ou codificadas de acordo com o objetivo da pesquisa.

A pré-análise operacionalizou e sistematizou as ideias iniciais, visando à condução a um esquema preciso, dentro das possibilidades da pesquisa, para o desenvolvimento das operações seguintes, resultando em indicadores que fundamentam a interpretação final. A análise foi procedida sobre 73 textos da seção de Negócios e 30 textos da seção de Gestão⁴, todos da Revista Exame, num total de 103 publicações durante o ano de 2008, de janeiro a dezembro. Tendo em vista o restrito espaço físico para relato e exposição da pesquisa realizada, cerca de 30% da análise dos textos será exposta. Dessa forma, foram realizadas 25 análises da Seção de Negócios e 12 análises da Seção de Gestão.

Dentre os textos selecionados, 50% foram extratos do início dos artigos (jornalísticos) e 50% do final dos artigos. Esta decisão procurou manter uma regularidade, dentro da pesquisa, haja vista as possibilidades de alteração de estratégia ao longo do artigo escrito por vários autores ao longo de um ano. Foram 12 os agentes (escritores) da seção de Negócios, e os textos produzidos por eles nesse ano de pesquisa, como já informado acima, foram 73. Não há regularidade aparente nas atuações dos agentes. Parecem alternar-se aleatoriamente nos

⁴Juntos, os textos representaram cerca de 200 páginas, com fonte tamanho 10, espaço 1,5 entre linhas.

exemplares ao longo do ano. Não apresentam quantidade de intervenções igualitárias. Variaram de 15, maior número de publicações, a apenas 1, menor número, durante todo o ano de 2008. Com relação aos agentes (escritores) da seção de Gestão, foram 9. Os textos somaram 30 intervenções. Da mesma forma que na outra seção analisada, não há um critério aparente para a distribuição dos autores pelos exemplares ao longo do ano, além de alguns se repetirem nas duas seções. A bem da verdade, justamente a falta de estrutura formal por parte da Revista parece uma estratégia, algo buscado no grupo de leitores. Pretendeu-se detectar essa tendência ao longo das análises.

Apresentação e análise dos dados

A análise dos dados foi realizada, em sua parte 1, na ordem cronológica da produção e publicação dos textos com o intuito fundamental de se manter os contextos histórico-sociais. Em sua parte 2, a análise recaiu sobre textos cujo recorte não considerou aquela ordem, impondo-lhe uma análise conteudística e vinculada ao seu autor. Esta segunda perspectiva privilegiou as distinções individuais dos agentes, característica fundamental da teoria estruturacionista, qual seja, não desaparecimento do agente nas práticas sociais.

A construção de uma ferramenta analítica como esta que aqui propomos se sustenta na necessidade de se mapear o discurso agêntico nas organizações ou entre elas. O cerne da ideia é poder recuperar e reproduzir uma tendência discursiva via análise de discurso, passível de aproveitamento em outros segmentos de pesquisa e análise na sociedade.

Análise

a) Indicação da seção de pertença do texto: Seção de Negócios.

b) Parte do texto extraída: Primeira.

Título: *O Brasil, quem diria, ajudou o Citi.*

Teaser: No mundo, o maior banco americano viveu um pesadelo em 2007 — mas nunca ganhou tanto dinheiro por aqui (MEYER, 2008).

Exame

O ano de 2007 foi o pior da história do Citi, maior banco privado do mundo em ativos. A crise do mercado imobiliário americano custou-lhe um rombo de 18 bilhões de dólares, uma das maiores perdas já registradas no setor. O lucro caiu 83%, para pouco mais de 3,6 bilhões de dólares. Mais de 20.000 funcionários devem ser demitidos para estancar uma crise que quase levou o banco à bancarrota. E, quem diria, em meio a essa espécie de circo dos horrores, uma surpresa positiva veio de um país onde durante

muito tempo o Citi só colheu resultados modestos — o Brasil. Aqui, a operação presidida pelo uruguai Gustavo Marin teve o melhor ano de sua história. Em 2007, o Citi brasileiro alcançou um lucro líquido de 1 bilhão de dólares, quase um terço do lucro global (mesmo tendo receitas inferiores a 1% do total mundial do banco). Trata-se de um enorme salto para uma operação que, apenas um ano antes, havia registrado um prejuízo de 50 milhões de reais. ‘Foi um dos melhores desempenhos de uma subsidiária do Citi no ano passado’, diz um executivo do banco, que não quis se identificar. ‘Todas as nossas metas foram superadas.’

c) Indicação da frequência da publicação pelo autor: Publicou 15 vezes no ano.

d) Identificação e elenco das Estratégias Linguísticas de Polidez:

1. *Teaser* de introdução – Polidez Indireta E1⁵; Polidez Positiva E4, E6, E7, E12;

2. ‘O ano de 2007 foi o ‘pior’ da história do Citi’ – Polidez Negativa E3, Polidez Indireta E8;

3. ‘maior banco privado do mundo em ativos’ – Polidez Indireta E4, Polidez Positiva E2;

4. ‘A crise do mercado imobiliário americano custou-lhe’ – Polidez Indireta E2, Polidez Positiva E7, E13;

5. ‘O lucro caiu 83%, para pouco mais de 3,6 bilhões de dólares’ – *hedges* Polidez Negativa E2, E4;

6. ‘E, quem diria, em meio a essa espécie de circo dos horrores,’ Polidez Positiva E8, Polidez Indireta E9;

7. ‘resultados modestos – o Brasil. Aqui, a operação’ – Polidez Negativa E2, E4;

8. ‘2007, o Citi brasileiro alcançou um lucro líquido de 1 bilhão de dólares, quase um terço do lucro global (mesmo tendo receitas inferiores a 1% do total mundial do banco)’ – Polidez Positiva E6 (entre parênteses), Polidez Negativa E4;

9. ‘Trata-se de um enorme salto para uma operação que, apenas um ano antes, havia registrado um prejuízo de 50 milhões de reais’. – Polidez Negativa E2, E6; Polidez Positiva E2 *hedge*);

10. ‘Foi um dos melhores desempenhos de uma subsidiária do Citi no ano passado’, diz um executivo do banco’ – Polidez Negativa E5, Polidez Indireta E4, Polidez Positiva E2 *hedge*);

11. ‘O Brasil, quem diria, ajudou o Citi’ (título) – Polidez Indireta E8, Polidez Positiva E8;

⁵Fica convencionado que a notação ‘Ex’ (sendo x=1, ou 2, ou 3, etc.) refere-se a uma ‘estratégia’ presente no fragmento com índice (1,2,3...x) referente ao número da estratégia apresentada com uso das letras a, b e c na discussão da base teórica deste artigo (p. 9 a 11), e. g., Polidez Positiva E4 = Estratégia Linguística de Polidez Positiva número 4. (Ex=y), anota a quantidade de vezes que a estratégia de índice x apareceu. Polidez Positiva: E4, E5, E7 / E8 / E2 significa que são relacionadas as estratégias, separadas por vírgulas quando pertencerem ao mesmo fragmento de análise retirado do texto e por barras quando se referirem a fragmentos diferentes.

12. Todo o fragmento – Polidez Positiva E4, E5 e E7.
 e) Conclusões analíticas do segmento

A análise 1 traz-nos os seguintes resultados gerais quanto às estratégias encontradas:

- a) Polidez Direta: não encontrada;
- b) Polidez Positiva: E4, E5, E7 / E8 / E2 / E6 / E8 / E7, E13 / E2 / E4, E6, E7, E12 (E2=1, E4=2, E5=1, E6=2, **E7=3**, E8=1, E12=1, E13=1);
- c) Polidez Negativa: E5 / E2, E6 / E4 / E2, E4 / E2, E4 / E3 (E2=3, E4=3, E5=1, E6=1);
- d) Polidez Indireta: E4 / E9 / E2 / E4 / E8 / E1 (E1=1, E2=1, E4=2, E8=1, E9=1);

Maior frequência: Polidez Positiva

Maior Repetição: Polidez Negativa = E2 e E4

Polidez Positiva = E7

Tendo em vista a ferramenta de análise e o escopo deste trabalho, dentre as quatro estratégias pesquisadas, somente a Estratégia da Polidez Direta não foi encontrada no fragmento de texto apresentado acima. Percebeu-se que, por mais que A fosse absolutamente direto em várias passagens do texto, ele executava um AAF, lançando mão de uma das estratégias à sua disposição. Há momentos em que A utiliza várias estratégias ao mesmo tempo, atendendo aos seus objetivos junto a O.

Observou-se que existiu uma preponderância no emprego da Polidez Positiva, seguida de perto pela Polidez Negativa e, em terceiro lugar, a Polidez Indireta. Assim, com relação ao quesito frequência, fundamental nesta pesquisa, temos, na análise 1, a Polidez Positiva como estratégia de maior frequência, isto é, quando A deseja manifestar que tem interesse em realizar parcialmente os desejos de O (ações, aquisições, resultados), ou quando A utiliza ações verbais que demonstram que os seus desejos são, de alguma forma, similares aos de O, os atos recaem diretamente sobre a face positiva de O. Os desejos de O são entendidos como desejáveis por A também.

Atendo-nos ao segundo quesito desta pesquisa, a repetição de estratégias, pode-se identificar que a estratégia de maior repetição no fragmento de texto apresentado foram duas de Polidez Negativa E2 e E4, com três ocorrências cada. Trata a E2, basicamente, de atenuantes (redutores - *hedges*) da força ilocucionária. Alguns atenuantes constituem o principal meio pelo qual A satisfaz seus desejos. Não se pode assumir que O seja capaz de realizar algo. São escolhidos como elementos atenuantes palavras com função adverbial sobre verbos de ação. Tais verbos representam a força ilocucionária da sentença, ou seja, a capacidade de ação de A sobre O, não se considerando as respostas de O, mas como alvo da ação. Ainda, alguns adjetivos recortam ou especificam a ação, e.g., ‘resultados modestos’,

marcando tendência discursiva. Introduz E4 a possibilidade de se vivenciar a uso de palavras que têm função significativa de aliviar a imposição de uma posição ou ponto de vista. Algumas delas podem até compor mais de um tipo de significado, dependendo da convenção presente no contexto, e.g., ‘mesmo tendo receitas inferiores’.

Além delas, uma estratégia de Polidez Positiva apresentou-se repetidas vezes, a E7. Ela representa a criação de lugar comum, pressuposição de conhecimento. A inserção do agente numa sociedade garante conformidade com valores, crenças e consequentes atitudes comportamentais. A pressuposição de compartilhamento de valores entre A e O advém do estabelecimento de referências. Estas referências determinarão pertença ou exclusão a grupos sociais. É bastante razoável pressupor, por exemplo, que as pessoas nas sociedades ocidentais capitalista compartilhem noções aproximadas de propriedade particular, dinheiro, contrato de trabalho, lucro, posição ocupacional, vantagem educacional, etc. Por exemplo, A ‘crise do mercado imobiliário americano’.

Considerações finais

Retomando-se a ideia inicial deste trabalho, o discurso agêntico envolve fundamentalmente as faces relacionais em procedimentos de escolha de estratégias discursivas em caráter intencional ou não, conduzindo ‘ traços de memória’ tanto na perspectiva da ação propriamente dita quanto nas perspectivas da estruturação discursiva. São os registros referenciais contextualizadores somados às regras estruturantes que formam a ação (e a interpretação) e, numa justa medida recursiva, reproduzem e transformam.

Estudiosos envolvidos com a teoria da estruturação e discurso definem o discurso como uma dualidade constituída por dois níveis inter-relacionados dinamicamente: o nível da superfície da ação comunicativa e o nível mais profundo de estruturas discursivas (estruturas do significado), ligados recursivamente pela modalidade dos esquemas interpretativos dos atores. Assim, o discurso/linguagem é tomado sempre como um bloco monolítico de níveis em interação permanente e com recursividade mantida. Ele assume o papel de meio, mas também de condutor de outros elementos relevantes para o indivíduo em agência. As práticas organizacionais são recuperadas nos discursos agênticos, refletindo referência e complexidade. Dessa forma, o discurso ou linguagem constitui meio instrumental de troca de informações e, ao mesmo tempo, está na composição da própria agência, viabilizando a construção da realidade social

e organizacional. O significado e a realidade social são construídos, mantidos e modificados por meio da interação social.

Assumindo-se os postulados da teoria da estruturação, a relação entre consciência prática e consciência discursiva marca a noção fundamental que Giddens vai apresentar quando liga ação à linguagem. Este fundamento é a base da proposta deste trabalho que pretendeu verificar a participação efetiva da linguagem na perspectiva da dualidade entre estrutura e agência. Neste trabalho, ficou clara a relação de pertença que existe entre ação e linguagem, perpassadas por características estruturais.

Partindo-se dos resultados de 37 análises apresentadas e compiladas em tabelas e gráficos, pudemos observar as relações tramadas na categoria complexa da agência humana, ou seja, a partir dos dois quesitos, frequência e repetição, observou-se que agência, discurso e estrutura, numa categoria complexa, parecem imbricadas. É praticamente impossível se verificar as distinções desses elementos quando da análise da agência humana via discurso (linguagem). A presença da estrutura como elemento perpassante é rapidamente percebida, à medida que existe uma reprodução de referência de dimensão temática e relação com o leitor. O número apurado de estratégias, nos moldes da ferramenta proposta, evidencia as relações com a reprodução e também com a transformação. Seja na forma de se expressar, seja quando estabelece formatos de se lidar com as ameaças às faces relacionais dos agentes, o discurso posiciona os atores socialmente. Nas relações entre as consciências prática e a discursiva, a linguagem aparece como elemento articulador de conhecimento, localizada espaço-temporalemente. As regras linguísticas se constituem como regras de interpretação.

As análises demonstraram que existe relação forte de dependência entre o texto e o contexto. Na verdade, A (agente) ‘exige’ (demanda) que O (ouvinte-agente) busque grande parte dos significados em relação ao dito e àquilo que é compartilhado nas relações externas aos agentes; exige-se uma vinculação a certo lugar comum num dado tempo. Ainda, a constatação das relações intrínsecas na agência como categoria complexa explicitam algumas condições importantes de como são construídas ações por parte de atores institucionalizados, como a Revista Exame, na formação das opiniões das pessoas que compõem os grupos ligados à gestão e aos negócios.

Uma característica mais geral presente nos fragmentos analisados foi a utilização da Polidez Positiva. Ela marca, em 525 ocorrências,

efetivamente uma tendência discursiva, quando uma estratégia positiva foi detectada como a de maior repetição – 29 vezes, nas 37 análises realizadas, ou seja, conquistou-se uma indicação cabal de uma tendência agêntica nos textos. Pode-se dizer que há um traço mais estrutural presente no discurso desta revista, nas seções analisadas. Esta marca tem por característica a ação corretiva orientada à face positiva do ouvinte (que é agente também), ou seja, à autoimagem que o ouvinte reclama para si, ao desejo de ser aprovado pelo outro. Usando essa estratégia, o agente pretende que o ouvinte entenda que seus desejos são compartilhados. Isso pode ser feito por meio de um tratamento amigável ou por meio de tratamento de identificação de grupo, ou tratamento que deixe claro que os desejos e características do ouvinte são conhecidos e aprovados. Essa tentativa de mostrar ao ouvinte que o agente compartilha de seus desejos de face é que reduz o risco à face do ato comunicativo em questão. As vantagens dessa estratégia incluem a criação de um ambiente amigável entre agente e ouvinte, de modo que até mesmo atos comunicativos que carregam bastantes possibilidades de ameaça à face, como as críticas, por exemplo, podem ser vistas de maneira menos ‘incisivas’ degradantes do relacionamento, ou seja, no que diz respeito ao quesito frequência (525 ocorrências) e ao quesito repetição (29 vezes, 18 da Seção de Negócios e 11 da Seção de Gestão, respectivamente), a estratégia linguística de polidez positiva foi amplamente utilizada. Assim, pode-se afirmar que a tendência agêntica das seções ‘Gestão’ e ‘Negócios’ da Revista Exame é de polidez positiva.

Como componente metodológico, a ferramenta se mostra capaz de prestar suporte a várias epistemes, bem como métodos e técnicas de pesquisa que venham a utilizar análise discursiva de alguma sorte, bem como técnica de pesquisa associada à análise de conteúdos, seja na análise temática, seja na análise lexical. Uma ressalva necessária se refere à obrigatoriedade de se aceitar elementos estruturais como minimamente coercitivos. Além disso, percebe-se a possibilidade de uma profícua inserção deste ferramental nos estudos organizacionais e da teoria institucional. Para tanto, tomam-se alguns aspectos de análise importantes nos estudos organizacionais e intimamente ligados a processos de institucionalização, como a legitimidade, o isomorfismo, as respostas estratégicas e as fontes de diversidade, além dos condutores institucionais, tais como sistemas relacionais e rotinas.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BROWN, P.; LEVINSON, S. **Politeness**: some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- EMIRBAYER, M.; MISCHE, A. What is agency? **American Journal of Sociology**, v. 103, n. 4, p. 962-1023, 1998.
- GIDDENS, A. **Central problems in social theory**. Berkeley: University of California Press, 1979.
- GIDDENS, A. **The constitution of society**. Berkeley: University of California Press, 1984.
- GIDDENS, A. **A Constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- GOFFMAN, E. **Interaction ritual**: essays on face to face behavior. New York: Garden City, 1967.
- GOFFMAN, E. **Frame analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- HENRY, J. Strategic decision making, discourse, and strategy as social practice. **Journal of Management Studies**, v. 37, n. 7, p. 955-977, 2000.
- HERACLEOUS, L.; HENDRY, J. Discourse and the study of organization: toward a structuralist perspective. **Human Relations**, v. 53, n. 10, p. 1251-1286, 2000.
- HERACLEOUS, L.; BARRETT, M. Organizational change as discourse: communicative actions and deep structure. **Academy of Management Journal**, v. 44, n. 4, p. 755-778, 2001.
- LEVINSON, S. **Pragmatics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- MACHADO-DA-SILVA, C.; FONSECA, V.; CRUBELLATE, J. Estrutura, agência e interpretação: elementos para uma abordagem recursiva do processo de institucionalização. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, ed. esp., p. 9-39, 2005.
- MEYER, C. O Brasil, quem diria, ajudou o Citi. **Revista Exame**, n. 912, fev., 2008.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- SELLTIZ, W.; WRIGHTSMAN, L.; COOK, S. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. 2. ed. São Paulo: EPU, 1987.
- SEWELL JR., W. A theory of structure: duality, agency, and transformation. **American Journal of Sociology**, v. 98, n. 1, p. 1-29, 1992.

Received on May 8, 2012.

Accepted on October 20, 2012.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.