

---

# A articulação discursiva de emoções de hostilidade e vulnerabilidade na interação cliente-empresa

Maria das Graças de Santana Salgado

## Resumo

*O presente trabalho investiga o discurso da emoção na interação cliente-empresa através da análise de cartas de clientes dirigidas a um Plano de Saúde. Examina, mais especificamente, a relação entre a percepção do cliente sobre direitos e deveres dos participantes e a expressão de emoções de hostilidade e de vulnerabilidade dirigida à empresa. Para tanto, utiliza aspectos da teoria da polidez e da antropologia das emoções, levando em conta emoções que honram ou ameaçam a face dos participantes. Considerando emoção um produto cultural e uma prática discursiva, observamos que a quebra de direitos do cliente que implica deveres da empresa faz emergir no discurso do cliente emoções de hostilidade e de vulnerabilidade, ao mesmo tempo em que revela aspectos da cultura brasileira na interação investigada.*

*Palavras-chave: emoção; prática discursiva; polidez.*

## Introdução

No contexto das organizações, a experiência discursiva da emoção tem sido tratada de forma problemática. Além das resistências ao estudo do tema em função das exigências do rigor científico, o mito da racionalidade restringe não só a livre expressão da emoção na prática organizacional, como também o interesse por esse objeto de pesquisa. Segundo Putnan e Manby (1993), essa visão faz com que a comunicação entre profissionais na empresa, e entre cliente e empresa, sofra as restrições resultantes dessa crença cultural, levando a emoção a ser vista como um fenômeno particularmente precário tanto para se vivenciar como para se investigar cientificamente. Portanto, um problema prático e teórico. Nos contextos profissionais, por exemplo, a emoção tem sido vista apenas como um tipo de desempenho a serviço de metas instrumentais.

Recorte de nossa tese de doutorado (SALGADO, 2003), este trabalho tem por objetivo analisar a expressão de emoções de hostilidade e de vulnerabilidade que emerge em cartas de clientes dirigidas a um Plano de Saúde e sua relação com a natureza burocrática da interação. Interessa-nos saber como as relações contratuais que definem direitos e obrigações das partes afetam a expressão de hostilidade e de vulnerabilidade, observando os recursos lingüísticos utilizados e as funções que desempenham no discurso da emoção.

Na fundamentação teórica, trabalhamos com a noção de emoção como um construto cultural e uma prática discursiva construída na interação, utilizando aspectos derivados da teoria da polidez, como, por exemplo, os trabalhos de face. Para a análise, observando o teor de honra ou ameaça à face dos participantes na construção do discurso emocional, adaptamos o modelo sugerido por Schimanoff (1987) acerca de emoções que honram e/ou ameaçam a face e o modelo de Norrick (1978) acerca da função social do valor positivo ou negativo atribuído aos atos expressivos da linguagem.

Considerando o limite de espaço, separamos cartas com tópicos relacionados à insatisfação do cliente com a lógica burocrática da instituição, que inclui, entre outros problemas, falhas de cobranças financeiras. Os resultados indicam que diferentes estratégias discursivas adotadas representam atos explícitos de ameaça à face da empresa e de defesa à própria face do cliente.

### A emoção como construto cultural e como prática discursiva

Progressivamente distanciada da esfera do individual e do essencialismo, a emoção tem sido representada como um construto cultural e discursivo. De acordo com a perspectiva discursiva, o conceito naturalizado de emoção como apenas uma essência universal inerente a todos os indivíduos deve ser desconstruído em função de uma percepção do fenômeno como prática social e ideológica. Segundo Abu-Lughod e Lutz (1990), essa perspectiva distancia-se da tendência comparativa antropológica baseada numa ampla estrutura histórica do

problema, comprometendo-se mais com uma análise cuidadosa da riqueza que se pode encontrar em situações sociais específicas. Inspiradas nas idéias do sociolinguísta Gumperz (1982), entendem emoção como prática social que pode ser vista na interação, já que a simples produção de sentenças ou frases não constitui, por si só, comunicação. Para que isso aconteça, é necessário que uma resposta do interlocutor seja provocada. A ênfase no discurso propicia uma visão mais complexa dos múltiplos e mutáveis significados das trocas e enunciados emocionais, afastando a possibilidade de um conceito monolítico de emoção. E mais, permite reflexões valiosas sobre emoção como algo delimitado por valores culturais e como um operador da atividade social, um idioma para comunicar não apenas sentimentos, mas diferentes questões, tais como conflitos sociais, papéis de gênero e relações de poder.

### Polidez

Preocupados com a qualidade das relações sociais, e adotando a noção de face desenvolvida por Goffman (1967), Brown e Levinson (1978) elaboraram a teoria da polidez em termos de duas grandes categorias de necessidades de face: polidez positiva, que corresponde ao desejo que todo interlocutor tem de ser apreciado e admirado; e polidez negativa, que corresponde ao desejo de todo indivíduo em não ter suas ações impedidas pelo outro. A polidez positiva possibilita a aproximação e a solidariedade, e a negativa enfatiza a distância e diminui o peso da solidariedade. Para os autores, quase todas as ações, incluindo as elocuições, são potencialmente uma ameaça à face do outro.

Ao desenvolverem a teoria da polidez, Brown e Levinson (1978) pretendiam, inicialmente, identificar universais da linguagem em uso relacionados com o fenômeno da polidez. Acreditavam que um dos problemas de qualquer grupo social era manter o controle de sua agressividade interna, bem como conter o potencial agressivo de relações competitivas com outros grupos. Nesse sentido, como foi sugerido por Goffman (1971), a importância social da polidez, da deferência e do tato supera o nível dos manuais de etiqueta e boas maneiras, tendo importância para a própria condição social humana.

### Emoção e trabalhos de face

Ainda na mesma perspectiva, inspirada no modelo de Brown e Levinson (1978), e desenvolvendo uma tipologia para a expressão de emoção de acordo com as necessidades de face, Shimanoff (1987) afirma que a interpretação que os indivíduos fazem da interação humana pode ser fortemente influenciada pela expressão ou repressão das emoções. Expressar ou reprimir emoções agradáveis e desagradáveis não deve, segundo a autora, estar necessariamente associado a resultado positivo para as agradáveis e negativo para as desagradáveis. Ou seja, assim como a expressão de emoções agradáveis não implica resultados positivos, também a expressão de emoções consideradas desagradáveis não implica resultados negativos. Para ela, o julgamento social sobre a expressão

de diferentes tipos de emoções depende menos de quão agradável ou desagradável seja a emoção expressa, e mais do grau em que a expressão da emoção honra ou ameaça a face dos interlocutores. Nesse sentido, ainda segundo Shimanoff (1989, p. 159), torna-se fundamental compreender a noção de trabalhos de face definida como comportamentos que estabelecem, intensificam, ameaçam ou diminuem as identidades dos participantes da comunicação. Para Schimanoff (1987), como os indivíduos têm duas necessidades de face principais (serem aprovados e não serem impedidos), a expressão de emoções é extremamente relevante para a necessidade de ser aprovado, uma vez que a expressão implica comunicar aprovação ou desaprovação. A partir desse entendimento, identificou quatro categorias de expressão emocional de acordo com o grau em que elas honram ou ameaçam as necessidades de face dos participantes da comunicação: expressão emocional que honra a face, que compensa a face, que neutraliza a face e que ameaça a face.

Esquemáticamente, a autora sugere que a expressão de emoções agradáveis relacionadas ao ouvinte (Eu amo você.) honra a face do ouvinte. A expressão de arrependimento por transgressão contra o ouvinte (Sinto muito por tê-lo ofendido.) compensa a face do ouvinte por oferecer algum tipo de reparo à ameaça feita, ao mesmo tempo em que ameaça a própria face do falante, na medida em que reconhece uma ofensa feita por ele. A expressão de emoções agradáveis ou hostis dirigidas a terceiros ausentes (Estou feliz por Pat estar administrando o projeto. / Estou com raiva de Chris.) é neutra, porque não honra nem ameaça a face dos interlocutores da comunicação. Por outro lado, a expressão de vulnerabilidade ou hostilidade dirigida ao ouvinte (Você me magoou., ou Estou com raiva de você.) ameaça a face do ouvinte por implicar aprovação ou desaprovação para com ele. Também a expressão de arrependimento por ofensa a terceiros ausentes ameaça a face, porque implica um erro por parte do falante, que falha em oferecer compensação para o ouvinte ofendido, já que está ausente. Já o valor atribuído a emoções vulneráveis com relação a terceiros ausentes é menos claro, porque elas podem ser tanto neutralizadoras da face, uma vez que nem o falante nem o ouvinte são a causa da emoção, quanto ameaçadoras da face, caso revelem a vulnerabilidade do falante.

Esses estudos, portanto, mostram que a experiência discursiva da emoção é uma prática construída na interação que, por ter um valor positivo ou negativo, está estreitamente associada ao gerenciamento das necessidades de face.

### Método

Optamos por um método qualitativo-interpretativo, no qual a visão do pesquisador é parte integrante do diálogo com os dados empíricos, dados estes que refletem o contexto em que estão inseridos, neste caso, um Plano de Saúde e seus clientes.

A empresa que forneceu as cartas analisadas gerencia um Plano de Saúde, e fica localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro, tendo representações regionais em todos os estados. Trocamos o nome da empresa e todos os demais nomes próprios envolvidos no estudo, com o fim de preservar o anonimato dos participantes. Os usuários do Plano de Saúde são funcionários ou ex-funcionários e seus dependentes, moram nas diversas regiões do Brasil, incluindo áreas do interior rural e grandes centros urbanos, e compreendem os vários escalões de servidores do setor da saúde pública, desde os mais simples cargos, como faxineiros, até funcionários mais graduados, como secretárias, administradores e médicos, com predominância dos primeiros.

Devido à complexidade do material e à limitação de espaço, separamos apenas algumas das cartas adequadas aos propósitos específicos de nossa análise. Todos os erros gramaticais e desvios da língua padrão contidos no material de análise foram mantidos com o fim de não comprometer a integridade dos dados.

### Análise

#### 1 – *“A Taça do Obscurantismo é limitada Senhores”*: representações sobre a lógica burocrática e mau atendimento

A insatisfação do cliente provocada por um mau atendimento não se limita à ação de médicos enquanto representantes da empresa. A própria empresa prestadora de serviço pode, em função de seu mecanismo burocrático-administrativo, provocar a expressão de sentimentos de hostilidade e vulnerabilidade. Essa mesma burocracia que define políticas de acesso ao Plano de Saúde, de reajustes de preços e de outros tópicos relacionados ao funcionamento da instituição também faz emergir o sentimento de vulnerabilidade acoplado à impotência, que só aumenta o teor da hostilidade. O sofrimento expresso através da emoção pode refletir problemas de inclusão ou exclusão do cliente ou de agregados, prejuízos com cobranças financeiras consideradas indevidas e, até mesmo, prejuízos decorrentes de reajustes de preços percebidos como abusivos pelo cliente.

Destacando a estreita relação entre linguagem, burocracia e controle social, Sarangi e Slembrauck (1996, p. 301) sugerem a visão da burocracia como prática social que funciona como um instrumento para manipular relações sociais em determinadas áreas, como, por exemplo, a educação, a previdência social, o sistema bancário e o de pagamento de impostos. Ainda segundo os autores, procedimentos burocráticos sempre começam com o estabelecimento detalhado da identidade do cliente, mesmo que a informação já seja conhecida da instituição. Enquanto a instituição vê esse tipo de informação como essencial, freqüentemente o cliente o vê como trivial, perda de tempo e transtorno evitável.

O termo burocracia, aqui, será utilizado em seu sentido mais amplo, para nos referirmos ao campo da atividade empresarial que envolve exigência de documentos aparentemente sem sentido, dificultando a comunicação com a empresa e, conseqüentemente, a resolução de problemas.

A tentativa de ser incluído ou re-incluído no Plano exige do cliente enorme esforço em estabelecer um entendimento com a empresa que, segundo ele, é dificultado pela burocracia. A carta abaixo tem como tópico principal o pedido de um cliente divorciado para que a atual companheira seja incluída no Plano de Saúde como sua dependente. Uma vez que encontra resistência da empresa em atender ao pedido, constrói seu próprio discurso de resistência através de queixas ao sistema burocrático-administrativo. Assim, hostiliza a empresa, ao mesmo tempo em que mostra sua própria vulnerabilidade, expressando, por um lado, desconforto e preocupação, sentimentos incluídos na categoria de vulnerabilidade, e por outro, desconfiança e raiva, sentimentos incluídos na categoria de hostilidade.

## CARTA 1

*Representantes da Regional – X – SAÚDE – MG*

### *Saudações*

*Causa-me não apenas desconforto, ver-me na situação de ter que formular a presente queixa, quanto à funcionalidade de uma empresa que a todos nós pertence (ou deveria), pois assim foi constituída, mas principalmente, traz-me um sentimento de preocupação e desconfiança... não apenas em relação à conduta administrativa de nossos companheiros à frente da X-SAÚDE, como também quanto a possibilidade de vê-la tornar-se um negócio privado nas mãos de um pequeno grupo, restringindo pelos vários meios existentes e legais a interferência consequente de seus associados.*

*Um fato recente, que diz respeito ao meu reingresso aos benefícios da X-SAÚDE, após cinco anos sofrendo uma depravada e imoral perseguição dentro da FNS, ilustra — não pelo fato de ser superada sem muito transtorno, mais por sua existência — uma obsolência espantosa, somente encontrando paralelo nas repartições públicas, onde impera hediondamente a incompetência gerencial aliada à desqualificação de servidores e outros fatores estranhos ao interesse público, que dificultam ou impedem o acesso satisfatório da sociedade ao usufruto do bem comum, como todos sabemos, e que vem perpetuando o descrédito, a insatisfação social e a má qualidade na coisa pública.*

*É neste rumo que se deseja edificar a X-SAÚDE? Por outro lado, permitir a expropriação de seu patrimônio coletivo, tornando os associados elementos estranhos e descartáveis no mercado?? Ou, deverá servir esta entidade, única e exclusivamente para facilitar e privilegiar a vida e a saúde de seus membros mantenedores e familiares?!*

*Tentarei justificar esta tempestuosidade, na expectativa de produzir um eco de racionalidade nesta Regional. Primeiro, não foi por iniciativa minha afastar-me da X-SAÚDE, mas solicitei o reingresso.*

*Como estou divorciado e de comum acordo com a ex-esposa, decidi retirar-la do plano da X-SAÚDE (o que já seria um direito implícito do titular), colocando a atual companheira como beneficiária. Aqui é que está ocorrendo a injustificável obrigatoriedade de “provas” documentais, repetitivas em finalidades, e que, neste caso específico, qualificar tal atitude, porventura seja uma prática efetiva na entidade, de uma absurda burocracia de má-fé, e talvez comum aos planos privados que*

*servem a uma minoria proprietária, não sendo nosso caso.*

*Ao mesmo tempo, solicitam-me cópia da CI desta companheira; oras e não são suficientes as informações a seu respeito, contidas nas certidões dos nossos filhos, já que o registro da identidade dela não é a prerrogativa para acessar uma consulta? E por último, ainda pede-se uma declaração da FNS ou substituto de que a companheira é beneficiária minha em caso de óbito.*

*Não sou radical quanto à necessidade de identificação, observadas as circunstâncias, todavia, a taça do obscurantismo é limitada, senhores.*

*Por fim, para inclusão do meu pai como agregado (item 10) pede-se o documento do titular. Parem e reflitam... Para que servem os computadores que adquirimos, os arquivos pessoais produzidos ao longo dos anos nesta empresa, as pessoas pagas para raciocinar a desburocratização e organicidade da X-SAÚDE; se não for difícil, percebam que a cada certidão que lhes remeto de um novo filho, já se deteve para analisar as normas e procedimentos adotados(?) Concluindo por sua improcedência, não vejo outra possibilidade de, caso não veja solução passível, senão a de recusar-me a submeter à "prova de atraso intelectual". Analisemos o questionamento, tomando por base o "formulário básico de proposta de inscrição X-SAÚDE". Em seu verso (doc. nec. p/inscrição), item 2: três são as alternativas de comprovação de material (não fosse bastante o documento de comprovação acima supra-citado, que é uma declaração do titular assinada, que possui efeito legal sobre o qual recaem as penalidades da lei, em caso de falsidade), já que a conjunção "ou" inculpada no texto torna evidente a opção. Esta conclusão é inequívoca, pois conforme o dicionário da língua portuguesa editado pelo MEC e coerentemente nas salas de aula se ensina, tal conjunção designa: "de outro modo; por outra forma".*

*A primeira forma oferecida, é a certidão de filhos em comum. Apresentei duas, que constam o nome desta moça como a progenitora, uma de 6 anos, outra com 9 meses !!!*

*Não suficiente, exige-se-me um dos outros dois documentos. Talvez por desconfiança, o que ainda assim seria totalmente incompreensível... Resta-me constar sua ascendência até aos avós paternos e maternos, passando pelos pais, fazendo deste papel oficial um dos mais completos, para este fim.*

*Sendo assim, e acreditando que tenham concluído pelo óbvio e racional, espero que se proceda o encaminhamento ao meu reingresso.*

*Cordialmente, Pedro Ribeiro*

Diminuindo o peso de ameaça à própria face ao queixar-se, o cliente chama a atenção para o fato de que a queixa não se trata de escolha deliberada, mas de ação forçada por um problema imposto pela empresa. Essa escolha discursiva implica defesa da própria face, porque ele se apresenta como um sujeito que não faz queixas sem motivos, bem como ataque à face da instituição, porque ela é apresentada como causadora real do problema. Assim, a responsabilidade é diretamente colocada na empresa, já que o reclamante se vê em situação problemática provocada por ela ("Causa-me não apenas desconforto, ver-me na situação de ter que formular a presente queixa."). A opção pela oração negativa inversa "Causa-me não apenas desconforto" indica, também, a presença de outros sentimentos de valor

negativo para com a empresa, uma vez que esse tipo de construção admite a possibilidade de inclusão de afetos semelhantes àquele nomeado de "desconforto" pelo cliente.

O sentimento de preocupação é expresso através de uma crítica motivada pela desconfiança que tem o reclamante em relação ao comportamento ético adotado pela empresa. Utilizando novamente uma oração negativa inversa para incluir mais de um elemento como origem da emoção, mostra-se ele preocupado "não apenas em relação à conduta administrativa...da X-SAÚDE, como também quanto a possibilidade de vê-la tornar-se um negócio privado nas mãos de um pequeno grupo".

Associa a queixa à experiência de diferentes emoções negativas decorrentes de falhas no sistema administrativo e burocrático da instituição, o que o leva a questionar a funcionalidade da mesma. Comparando a empresa a outros sistemas considerados de baixa qualidade funcional, mostra-se chocado com o serviço oferecido, que, segundo ele, só encontra "paralelo nas repartições públicas", confirmando uma possível representação negativa do senso comum acerca de instituições e serviços públicos de um modo geral.

Considerando a queixa como um ato de fala típico de ameaça à fala do interlocutor, Alicke (1992) sugere que a distinção entre uma queixa e uma crítica depende de o falante estar vivenciando um sentimento interno de insatisfação ou, simplesmente, estar fazendo uma crítica objetiva a alguém ou a um evento exterior a ele. Segundo essa perspectiva, os antecedentes, as funções e as conseqüências da queixa podem ajudar a equacionar essa diferença através de uma teoria que englobe níveis diferenciados de insatisfação, que variem do momento de experiência da insatisfação ao momento de expressão da insatisfação.

Em nosso exemplo, a queixa apresenta uma crítica explícita, trazendo para a superfície do discurso elevado grau de insatisfação que inclui ambos os momentos. Na verdade, o momento da experiência se estende até o momento de expressão da emoção, abrigando tanto o motivo que provoca insatisfação, desconforto e desconfiança, quanto a frustração resultante do direito violado. Segundo a lógica do cliente, o que poderia ser resolvido sem dificuldade torna-se um ponto de conflito provocado e alimentado pela burocracia, que funciona como um entrave justificável somente em empresas públicas "onde impera hediondamente a incompetência gerencial aliada à desqualificação de servidores". A expressão da hostilidade, aqui, apresenta alto teor de ameaça à face da instituição por expor um problema que, segundo ele, decorre de "depravada e imoral perseguição" da empresa. Por outro lado, mesmo apresentando hostilidade, mostra-se vulnerável na medida em que tem de admitir que sofreu cinco anos de perseguição até conseguir concretizar seu projeto de inclusão ao Plano. Além de apresentar o sofrimento no tempo passado, localiza-o também no presente, já que no momento em que escreve a carta afirma sentir "desconforto" em produzir a queixa, fazendo com que o sofrimento admitido diante do interlocutor com maior poder na interação adquira maior dimensão, apresentando maior teor de ameaça à própria face, portanto, maior vulnerabilidade.

De acordo com Foolen (1994, p. 16), a emoção pode ser comunicada através de diversos tipos de recursos da língua, como a hipérbole, a repetição, a pergunta ou, também, metáforas fortes, a exemplo de "estou explodindo" para expressar o sentimento de raiva. Em nosso exemplo, além da metáfora "tempestuosidade", para mostrar resistência à conduta da empresa, um dos recursos utilizados é a pergunta com diferentes funções além da função mais obviamente esperada de buscar uma informação. Tendo em vista que qualquer pergunta pressupõe, em tese, uma resposta, ela pode ser um elemento formador do diálogo, por representar a expressão mais evidente de inclusão do outro (HOLMES, 1999, p. 39-53) e uma estratégia lingüística que cria envolvimento (TANNEN, 1989), caracterizando-se como importante meio de provocação da conversa e poderoso instrumento de interação.

Em estudo anterior sobre estruturas interrogativas e representação de gênero no discurso publicitário (SALGADO, 1999), observamos que, naquele tipo de contexto, existe um verdadeiro abismo entre a forma e a função da pergunta. Neste trabalho, as perguntas apresentam várias funções diferentes. Uma das mais evidentes é desafiar a empresa. O tipo de pergunta, neste caso, desarticula a possibilidade de oferecimento de respostas diferentes das desejadas pelo cliente, e contribui para a construção de uma imagem negativa da empresa, que ele pretende expor. Numa ascendente explosão emocional de ameaça à face da empresa, elabora perguntas retóricas para destacar o comportamento reprovável da instituição, diminuindo qualquer possibilidade de participação no diálogo. Em geral, a pergunta retórica, por sua natureza, tende a favorecer o falante no sentido de reforçar o seu ponto de vista. Aqui, além desse aspecto, tem a função de manifestar diferentes reações emocionais que enfatizam a indignação do cliente para aumentar o teor de ameaça à face de competência da empresa ("É neste rumo que se deseja edificar a X-SAÚDE?[...] tornando os associados elementos estranhos e descartáveis no mercado??").

Paralelamente, elabora pergunta alternativa através da conjunção "ou", cuja estrutura dicotômica coloca o ouvinte num universo bastante limitado de respostas ("Ou, deverá servir esta entidade, única e exclusivamente para facilitar e privilegiar a vida e a saúde de seus membros mantenedores e familiares?!"). Neste exemplo de interrogativa alternativa, o reclamante constrói um pressuposto dicotômico: ou a empresa trata seus clientes como elementos descartáveis, ou cumpre seu dever, cuidando deles e de seus familiares como se espera e como eles merecem. Estabelecendo as duas escolhas, insinua que a empresa tem optado pela primeira alternativa.

A imposição de exigências documentais explica, segundo ele, a dificuldade encontrada para incluir a atual companheira como dependente. Assim, coloca a burocracia no cerne do problema e do sofrimento, construindo um discurso de resistência que apresenta as exigências burocráticas como injustificáveis e inaceitáveis. É neste sentido que a burocracia parece desempenhar um papel definitivo como área da relação cliente-empresa capaz de provocar a experiência de diferentes sentimentos negativos de vulnerabilidade e hostilidade já apontados inicialmente.

O motivo pontual da hostilidade do cliente para com a empresa é explicitado a partir do quinto parágrafo da carta, onde ele apresenta uma queixa explícita contra a excessiva documentação exigida para o ingresso de sua companheira como usuária do Plano. Para ele, o contra-senso e a falta de lógica da empresa exigem “provas documentais repetitivas em finalidade” que refletem “uma absurda burocracia de má fé”. Apontando o contra-senso da exigência de comprovação documental de sua união com a companheira, lança mão de perguntas retóricas para desmoralizar a possibilidade de produção de uma resposta coerente pela empresa, aproximando a noção de burocracia ao termo irônico de uso popular *burrocracia*, para se referir à falta de inteligência desse sistema tão inacessível ao cidadão comum.

Demonstrando elevado grau de irritação provocado pelas exigências, explode em emoção, afirmando que “a taça do obscurantismo é limitada”, projetando sua imagem da empresa caracterizada pela ignorância e intolerância na comunicação com o cliente. Movido por um crescente estado de insatisfação, o cliente produz orações de comando que evidenciam a incapacidade de raciocínio dos interlocutores (“Parem e reflitam...”), ao mesmo tempo em que volta a fazer uso de perguntas para insinuar o mau funcionamento da instituição (“Para que servem os computadores? [...] as pessoas pagas para raciocinar a desburocratização e organicidade da X-SAÚDE?”).

A exigência documental para comprovar a legitimidade da relação com a esposa é inadmissível, na medida em que essa relação está subentendida nas certidões de nascimento dos filhos que tiveram juntos. Aqui, novamente, lança mão de perguntas, para fortalecer seu ponto de vista e mostrar falta de lógica no ponto de vista da empresa (“Ao mesmo tempo, solicitam-me cópia da CI desta companheira;oras e não são suficientes as informações a seu respeito, contidas nas certidões dos nossos filhos, já que o registro da identidade dela não é a prerrogativa para acessar uma consulta?[...] se não for difícil [...] já se deteve para analisar as normas e procedimentos adotados?”).

Fortemente marcadas pela ironia, perguntas ambivalentes são elaboradas para, por um lado, mostrar insatisfação e, por outro, sedimentar a construção de uma imagem negativa da empresa.

Analisando a dimensão afetiva da ironia em suas pesquisas, Hutcheon (2000) sugere que a ironia é um tópico político relacionado à questão do poder que envolve relações de comunicação. Conforme a autora, a ironia transmite uma atitude ou sentimento, já que “possui uma aresta avaliadora e consegue provocar respostas emocionais dos interlocutores que a ‘entendem’, ou dos que não ‘a entendem’” (HUTCHEON, 2000, p. 16). Nesse sentido, “remove certezas de que as palavras signifiquem apenas o que elas dizem” (HUTCHEON, 2000, p. 32), constituindo-se num ato perlocucionário que, segundo Austin, “produz certos efeitos conseqüentes sobre os sentimentos e ações da audiência ou do falante ou de outras pessoas” (AUSTIN, 1975, p. 101).

Enquanto Walker (1990, p. 24) percebe a ironia como um modo de distanciamento intelectual, por engajar mais o intelecto do que o emocional, Hutcheon (2000) menciona que o desconforto provocado pela ironia pode sugerir o oposto, já que pode, por exemplo, irritar, zombar, humilhar e embaraçar. Para a autora, existe uma carga afetiva na ironia que não deve ser ignorada nem separada de sua política de uso, se considerarmos a gama de respostas emocionais — da raiva ao deleite — que pode provocar nos indivíduos. É mais, “a ironia pode, às vezes, ser interpretada como uma retirada do afeto e, às vezes, como um engajamento deliberado da emoção” (HUTCHEON, 2000, p. 33).

Complementando essa perspectiva, Chamberlain (1989, p. 112) defende uma visão relacional da ironia que invoca noções de hierarquia, julgamento e superioridade moral circunscritas ao conceito de poder, uma vez que ela se realiza no discurso, e as questões de autoridade e poder estão, inevitavelmente, codificadas na noção de discurso.

Em nosso caso, essa perspectiva ajuda a consolidar a idéia de que o discurso irônico serve para hostilizar a empresa através do desafio ali impresso, já que questiona a organicidade e a racionalidade da instituição, racionalidade aqui entendida como capacidade de raciocinar de forma inteligente. O desafio é justamente para que a empresa aja com inteligência e seja capaz de resolver problemas, ao invés de perder-se no labirinto burocrático. A ironia nas cartas subverte a hierarquia, no sentido de que o alvo da ironia é o sujeito que está no controle da interação, ou seja, a empresa, e não o menos favorecido, o cliente. Nesse sentido, embora se mostrando vulnerável, o cliente utiliza a ironia para ameaçar a face da empresa, trazendo para o centro do discurso o erro da instituição em não atender um direito reclamado por ele, e não sua própria vulnerabilidade.

Em alguns momentos, usa imperativos de forma irônica (“Parem e reflitam...”), subvertendo a hierarquia para insinuar que a empresa não pensa. Em outros, faz uso de perguntas irônicas para insinuar inoperância tanto do sistema tecnológico (“Para que servem os computadores?”) como da equipe de funcionários encarregados de fazer a empresa funcionar (“...as pessoas pagas para raciocinar a desburocratização e organicidade da X-SAÚDE?”). Todas as perguntas em seu discurso oferecem limitada possibilidade de resposta, a não ser uma aquiescência com ele, confirmando a face incompetente da empresa.

Além disso, a desarticulação hierárquica tenta provar o baixo nível de informação da empresa em oposição ao conhecimento que o cliente possui, através de afirmações que sugerem ignorância da empresa com relação à língua padrão (“...a conjunção ‘ou’ inculpada no texto torna evidente a opção[...] pois conforme o dicionário da língua portuguesa editado pelo MEC e coerentemente nas salas de aula se ensina, tal conjunção designa: ‘de outro modo; por outra forma’.”). Se pensarmos no discurso como um fenômeno que supera os limites da formalidade da língua, possibilitando uma leitura de intenções através do que é dito de forma ambivalente, ou dito nas entrelinhas, podemos ver que o discurso hostil do cliente questiona o bom

senso, a funcionalidade e, até mesmo, o nível de conhecimento da empresa, ameaçando possivelmente a interpretação que as partes possam dar às normas contratuais. Esse aspecto se consolida ao afirmar o cliente que a atitude da empresa não procede e não lhe oferece outra alternativa a não ser recusar-se a se "submeter" a tal "prova de atraso intelectual".

A intolerância emotiva do cliente para com a falta de racionalidade da empresa motiva-o a fazer um pedido ao final da carta que, mesmo tratando-se de um pedido, é feito também ironicamente ("Sendo assim, e acreditando que tenham concluído pelo óbvio e racional, espero que se proceda o encaminhamento ao meu reingresso."). A acusação de que a empresa tem-se comportado de forma irracional e o pedido do cliente pelo que considera óbvio e sensato deixam claro que a ironia reforça seu ponto de vista, apresentando alto grau de ameaça à face da instituição. Através da "tempestuosidade" emocional, pretende produzir um efeito contrário à irracionalidade, ou seja, razão e bom senso. Como a emoção pode servir para provocar racionalidade, o cliente espera que sua "tempestuosidade" emocional produza "um eco de racionalidade" ou acerto na empresa, aumentando a possibilidade de ter um direito atendido.

Do ponto de vista do cliente, sua emoção é correta na mesma medida em que a falta de racionalidade da empresa é incorreta. Isto é, ele está certo em usar a emoção, da mesma maneira que a empresa está errada em não usar a racionalidade, entendida como bom senso, e não como oposição à emoção. A falta de racionalidade, aqui, não corresponde à emoção, e sim à falta de bom senso que, conforme o ponto de vista do cliente, é o que deve conduzir o gerenciamento produtivo para resolução dos problemas.

O apelo enfático e irônico à racionalidade da empresa pontua a ignorância e a incapacidade dos administradores de escolher o caminho da eficiência, permitindo que a inoperância burocrática perpetue a inacessibilidade do sistema ao cidadão comum.

Podemos dizer que, neste caso, o cliente atribui responsabilidade direta à empresa pela experiência da emoção que abrange sentimentos de hostilidade e de vulnerabilidade. A hostilidade é expressa através da agressividade impressa no discurso irônico do cliente, e a vulnerabilidade se expressa através da identificação do sofrimento provocado pelo poder do sistema burocrático e de sua impotência frente a tal poder. A emoção do cliente, portanto, pretende um apelo à "racionalidade" como um aspecto capaz de desmoralizar a face da empresa enquanto instituição eficiente e inteligente.

De todo modo, a prática discursiva emocional tem a função de desafiar a capacidade da empresa em resolver questões práticas através de iniciativas racionais. Aquilo que entende como falta de racionalidade ou de bom senso da instituição deixa o cliente sem controle de suas próprias emoções. Ao mesmo tempo em que, imbuído de razão, apela para a racionalidade do interlocutor, explode em pura emoção. Esquemáticamente, a empresa faz o papel de agente, o cliente de paciente, e o valor atribuído à emoção é negativo.

2 – “Vasculhem seus computadores ...onde está o arquivo de vocês?”: representações sobre a lógica e as circunstâncias para cobranças financeiras

De acordo com os dados, problemas burocráticos podem causar também prejuízos financeiros ao cliente, exigindo dele a produção de um comportamento emocional com alto teor de ameaça à face da empresa. A delicada relação entre finanças e aquilo que o cliente entende como quebra de direito se mostrou local privilegiado para a prática discursiva da emoção. Como finanças mostra-se também uma área de atuação muito ampla, analisamos a expressão de sentimentos de valor negativo decorrentes de problemas com cobranças indevidas adotadas pelo Plano de Saúde. Em grande medida, as limitações impostas pelo sistema burocrático-administrativo são apontadas pelo cliente como a origem do problema.

Muitas vezes, a cobrança da mensalidade do Plano não é processada no período adequado ou não é feita automaticamente através do contracheque do cliente, como deveria, provocando várias respostas emocionais de valor negativo.

A próxima carta caracteriza uma queixa contra falhas da burocracia e, mais uma vez, além de mostrar-se vulnerável e impotente diante da rigidez de um sistema inacessível, o cliente expressa também sentimentos de hostilidade. O discurso agressivo, marcado pela ironia, utiliza recursos lingüísticos como perguntas e repetição, realizando intenso trabalho de ameaça à face da empresa.

CARTA 2

Bacabel – MA, 13 de novembro de 1998

Prezado Sr. XXX

*Acabo de receber o demonstrativo mensal de Contribuições e benefícios do mês 10/98 desta Instituição, onde vem dizendo que vou receber em minha residência uma ficha de compensação bancária no valor de 101,27 referente ao mês de outubro que os Srs. “deixarem” de descontar no meu contracheque no referido mês. Dizendo que a minha margem de consignação foi excedida neste mês. O que eu muito me admiro, uma vez que nos meses de julho e agosto/98 foi descontado no meu contracheque 178,00 e não excedeu. Porque agora com 124,00 está excedendo, não podendo os Srs. Colocar este desconto no contracheque?*

*Os Srs. Têm que entender que nós temos nossas contas controladas, e já fazemos nosso planejamento para o mês, baseado no líquido que recebemos. O desconto da X-SAÚDE, já está incluído. Quando vocês esquecem de colocar o desconto em folha de pagamento, esta ficha de compensação bancária, já fica fora do nosso orçamento e ficamos muitas vezes, sem condições financeiras de fazer este pagamento por fora em uma única parcela. Como está acontecendo hoje comigo não estou programada para pagar esta quantia por fora, porque eu não tenho este dinheiro comigo agora, uma vez que foram vocês que “ESQUECE- RAM” de fazer o desconto.*

*Eu não me conformo com esta desculpa de exceder a margem, já que vocês já descontaram em meu contracheque mais do que 124,00 e não excedeu. Assumam a culpa de vocês de esquecimento ou negligência, que é mais bonito. Exceder, não está colando, uma vez que vocês já descontaram mais do que isto e não excedeu. É só olhar no computador de vocês, nos meses de julho e agosto deste ano, que vocês encontrarão tudo arquivado.*

*Esta já é a Segunda vez, que vocês cometem este deslize. A 1ª vez, foi em outubro/97. Coincidência, não? Olhem também este mês, que vocês deixaram de descontar no ano passado, que vocês também encontrarão. Por conta desta falha de vocês, meu agregado até hoje está sem a sua carteira. Mas, eu continuo pagando normalmente por ele, 64, 32 ininterruptamente, desde esta data, mas a carteira que é bom, NADA. Porque? O que vocês irão fazer? Ressarcir, o que eu estou pagando por ele, sem que ele utilize. O Sr. Acha que vocês estão agindo corretamente?*

*Na época que recebi a renovação das carteiras em março de 98, a dele já não veio. Recebi uma comunicação de vocês dizendo que o meu agregado dependente de no. 03, só iria receber sua carteira, quando eu quitasse, o débito de 102,00 ou 103,00 reais.*

*Quando eu paguei o débito em julho agosto deste ano, vem desconto de 178,00 nestes dois meses cada um, isto é, porque foi parcelado em 2 X 58,00, mais o desconto normal de 120,00 e a parcela adicional de R\$ 58,00 deu o total de 178,00, fiquei esperando que vocês enviassem a carteira dele. Mas, já estamos em meados de novembro 13/11/98, e nada foi resolvido. Eu achava que, já que a carteira dele estava sustada, eu não teria que continuar pagando por ele, como eu continuo fazendo até hoje. E agora me arranjam mais uma ficha de compensação bancária, para eu pagar por fora, de uma vez que o ERRO em não colocar na folha de pagamento foi de VOCÊS, não meu.*

*O dinheiro que vem sendo descontado, pelo meu agregado, daria para pagar até 02 fichas de compensação bancárias de 101,27. Por que vocês não fazem isto? Utilizam o dinheiro que paguei irregularmente e quitam este débito?*

*Já recebi um comunicado no. PRE-11/98, dizendo que a partir deste mês, meu agregado vai pagar 73,06, num aumento de 13,59%, segundo vocês. Só que meu salário, desde janeiro de 95, não aumentou um único centavo, mas o plano já reajustou 2 ou 3 vezes. É justo? É justo pagar por algo que não se usufruiu? Como ele está utilizando os serviços do plano se ele não tem carteira? Vasculhem seus computadores e procurem nestes 6 anos, o que ele utilizou do plano. Vão encontrar sabe o que? ZERADO.*

*Porque nem de uma consulta ele precisou e mesmo assim os descontos continuam ininterruptamente até agora, e já vai Ter aumento.*

*Por favor reveja este caso e dê-me uma solução. O no. Da minha matrícula é XXX e o meu agregado é o dependente no 03.*

*Se parcelarem em 4 parcelas, eu posso pagar o débito deste mês. Estou muito "apertada" financeiramente. E não é justo que eu me sacrifique por um "ERRO" volto a repetir, de quem faz os lançamentos na folha de pagamento. Quando é para cobrar o que deve-se a vocês, não excede a margem de consignação, não é?*

*Vou esperar que vocês resolvam este problema. Se não, talvez eu tenha*

*que procurar meus direitos, por fora. Prejudicada, é que eu não vou continuar sendo, por culpa de vocês.*

*Catarina Alves*

Relacionando a cobrança indevida à deficiência da burocracia e da administração, a cliente constrói um discurso marcado por sentimentos de hostilidade e/ou vulnerabilidade, realizado, principalmente, através de queixas.

Enquanto na carta analisada anteriormente foram nomeados diferentes sentimentos de valor negativo associados ao erro da empresa, aqui a cliente não nomeia sentimentos de forma explícita, mas a agressividade e a ironia do discurso indicam a experiência do sentimento de raiva para com a empresa. No exemplo anterior, o discurso estava inserido num contexto de queixa que implicava um esforço afetivo do cliente em compreender o sistema e argumentar contra ele. Aqui, a situação de queixa se dá em função de um prejuízo financeiro causado à cliente por conta de falhas burocráticas. Portanto, não existe esforço do indivíduo em compreender um sistema complexo, mas sim uma reação agressiva a esse sistema.

A primeira escolha discursiva feita pela cliente é usar uma locução verbal que enfatiza o passado recente (“Acabo de receber o demonstrativo[...] que os Senhores ‘deixaram’ de descontar [...]”) para oferecer uma resposta emocional imediata ao erro cometido pela empresa. Uma vez que decide responder imediatamente o comunicado da empresa, deixa claro que tem pressa em mostrar tanto sua insatisfação pessoal, como sua expectativa em ver a ação indevida corrigida. O uso do honorífico respeitoso (“Senhores”), junto com um verbo que insinua negligência do interlocutor entre aspas e sublinhado (“esqueceram”), desarticula a função de respeito esperada no uso dessa forma lingüística, para conferir alto grau de agressividade e ironia a um discurso que pretende expor a face errada da empresa.

Em alguns momentos, a cliente recusa-se a aceitar o poder imposto pela inacessibilidade burocrática, manifestando revolta e inconformismo (“Eu não me conformo com essa desculpa de exceder a margem [...]”). Ao exigir que a empresa reconheça a ação prejudicial (“Assumam a culpa de vocês de esquecimento ou negligência, que é mais bonito.”), expõe a face da instituição, que deverá imediatamente apresentar uma possibilidade de reparo do dano.

Uma das estratégias lingüísticas escolhidas pela cliente para expressar sentimentos de valor negativo que ameaçam a face da empresa é, como no exemplo anterior, o uso da repetição e da pergunta irônica com função de desafiar o interlocutor.

Os estudos sobre a repetição têm se concentrado ou na noção de repetição como coesão textual, que se limita à identificação dos elos coesivos (HALLIDAY; HASAN, 1976; QUIRK, 1980; entre outros), ou como organização textual (HOEY, 1991), que passa a valorizar a organização do texto e não a descrição de quais elementos estão presentes nessa organização. Diferentemente dessas abordagens, porque enfoca a repetição na interação

face-a-face, Tannen (1989) estuda a repetição não apenas como elemento lingüístico de coesão textual, mas também como um elemento que contribui para o envolvimento. Para ela, a repetição, enquanto estratégia lingüística, tanto no discurso oral como no literário, tem a função de criar envolvimento interpessoal. Já Brown e Levinson (2000, p. 113), levando em conta o fenômeno da polidez lingüística, afirmam que a repetição pode ser uma maneira de reafirmar um acordo entre interlocutores, pois, além de garantir que o falante seja ouvido corretamente, enfatiza um acordo emocional com a elocução.

Em nossos dados, a função da repetição é, prioritariamente, dar ênfase ao erro da empresa e, ao mesmo tempo, estabelecer um acordo emocional do cliente com a própria elocução, para que a instituição possa dimensionar a intensidade da hostilidade vivenciada em decorrência da falha. Nesse sentido, esse recurso lingüístico enfatiza a culpa do interlocutor na situação da queixa, como podemos perceber em trechos onde a repetição dos verbos "deixaram" e "esqueceram" apresenta o mesmo sentido e sintetiza a ação prejudicial provocada pela instituição: "Os Srs. 'deixaram' de descontar no meu contracheque" (...); "Quando vocês esquecem (...)"; "... foram vocês que "ESQUECERAM" de fazer o desconto."; "Assumam a culpa de vocês de esquecimento ou negligência, que é mais bonito." A repetição do pronome na segunda pessoa ("vocês" e "Srs."), além de reforçar a lembrança do erro da empresa como sujeito da ação, serve para focalizar a referência da queixa no interlocutor (TROSBORG, 1985, p. 325-342). Neste caso, a referência é o esquecimento e descuido da empresa.

A honestidade da empresa é questionada através da pergunta irônica "Coincidência, não?", sugerindo seu sentido oposto, "isto não é coincidência", para expor desconfiância com relação à empresa ("Esta já é a Segunda vez que vocês cometem este deslize. A 1ª vez foi em outubro/97. Coincidência, não?"). Para ela, o deslize não é uma coincidência e, ao invés de fazer uma afirmação na negativa ("isto não é uma coincidência"), escolhe a pergunta afirmativa em tom irônico para expressar desconfiância e irritação. Segundo Brown e Levinson (2000, p. 222), o recurso lingüístico da ironia pode ter a função de expressar o contrário do que o falante diz, ao mesmo tempo em que representa o verdadeiro sentimento do falante no contexto da comunicação em que esteja inserido.

Às vezes, a pergunta, quando não é retórica ("Mas a carteira que é bom NADA. Porque?"), apela para a consciência moral e senso de justiça da empresa ("O Sr. acha que vocês estão agindo corretamente? É justo pagar por algo que não se usufruiu?"). Outras vezes, a pergunta mostra a incapacidade da empresa em administrar seus registros de atendimento ("Como ele está utilizando os serviços do plano se ele não tem carteira?"), levando a cliente a ter liberdade de elaborar orações de comando, subvertendo a ordem hierárquica dos papéis estabelecidos em interações assimétricas ("Vasculhem seus computadores e procurem nestes 6 anos, o que ele utilizou do plano."). Devido ao nível de descontrole administrativo e burocrático da empresa exposto, outras perguntas são apresentadas no sentido de desafiar qualquer possibilidade de resposta da instituição como defesa de sua face

("Vão encontrar sabe o que? ZERADO."), levando a cliente a produzir outras perguntas que têm a função de apresentar uma expectativa em ter um pedido de ação atendido ("O que vocês irão fazer?") e, ao mesmo tempo, fazer uma sugestão ("Ressarcir o que eu estou pagando por ele sem que ele utilize?"). A sugestão aqui se realiza através de perguntas feitas após uma oração positiva com conteúdo informativo ("O dinheiro que vem sendo descontado, pelo meu agregado, daria para pagar até 02 fichas de compensação bancárias de 101,27. Por que vocês não fazem isto? Utilizam o dinheiro que paguei irregularmente e quitam este débito?"). Do ponto de vista da cliente, a empresa não está agindo corretamente, e por isso ela pede uma ação através da sugestão para lhe devolverem o dinheiro pago indevidamente. Em outros momentos, a ênfase à face errada da empresa é apontada através do sublinhamento de elocuições referentes ao erro, introduzindo no discurso novos problemas decorrentes da mesma falha original, como, por exemplo, o não recebimento da carteira de um de seus dependentes ("Por conta desta falha de vocês, meu agregado até hoje está sem a sua carteira.").

O apelo à consciência social da instituição é feito também destacando-se informações que evidenciam a identidade de trabalhadora cujo baixo poder aquisitivo lhe permite interpretar a atitude da empresa como uma violação ao direito de manter-se cliente do Plano ("Já recebi um comunicado no. PRE-11/98, dizendo que a partir deste mês, meu agregado vai pagar 73,06, num aumento de 13,59%. Só que meu salário, desde janeiro de 95, não aumentou um único centavo, mas o plano já reajustou 2 ou 3 vezes. É justo?"). Embora não apresente alto teor de hostilidade explícita, destaca a face errada da empresa, expondo sua vulnerabilidade frente às imposições da instituição que, segundo seu ponto de vista, deveria seguir a lógica das necessidades e possibilidade humanas, e não a lógica organizacional do lucro.

### Considerações finais

Em texto clássico sobre a experiência da emoção em contextos organizacionais, Putnan e Manby (1993) afirmam que o mito da racionalidade traz problemas tanto para os participantes que vivenciam a emoção nesse tipo de contexto interacional como para os pesquisadores interessados em compreender a emoção enquanto parte integrante das relações profissionais:

Dentro da complexidade própria de todo contexto profissional, o sistema burocrático empresarial destaca-se pelo poder atribuído à burocracia e pelas conseqüências sofridas por suas vítimas imediatas, os clientes. Em nossa investigação, observamos que a burocracia apresenta-se como um lado da empresa capaz de provocar no cliente experiências de emoções desagradáveis e contraditórias e, ao mesmo tempo, ignorá-las. Diante do poder e da inacessibilidade desse sistema, o cliente mostra-se, por um lado, hostil e, por outro, vulnerável. Ao tentar exercitar a cidadania através de queixas, apresenta-se como um indivíduo que oscila entre a reclamação marcada pela hostilidade e a reclamação que expõe sua face vulnerável, levando-o a adotar diferentes estratégias discursivas que representam atos explícitos de ameaça à face da empresa e de defesa da própria face.

### Abstract

*This work investigates the discourse of emotion in business interaction through the analysis of letters from clients addressed to insurance company, observing the relationship between the client's perception of the rights and duties of participants and the expression of emotions toward the company. To this purpose, the study uses the framework derived from politeness theory and from the anthropology of emotions taking into consideration face honoring or face threatening emotions. Given that emotion is a cultural artifact and a discursive practice, this investigation has observed that the break of the rights of client triggers the expression of hostility and vulnerability emotion and reveals relevant aspects of Brazilian culture in the interaction analysed.*

*Keywords: emotion; discursive practice; politeness.*

### Referências

- ABU-LUGHOD, L.; LUTZ, C. (Ed.). Introduction: emotion, discourse, and the politics of everyday language. In: \_\_\_\_\_. *Language and the politics of emotion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. p. 2-28.
- ALICKE, M. D. et al. Complaining behavior in social interaction. *Personality and social psychology Bulletin*, 18, p. 286-295, 1992.
- AUSTIN, J. L. *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press, 1975.
- BROWN, P.; LEVINSON, S. C. *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- CHAMBERLEIN, P. Party management relations in Chinese industries: some political dimension of political reform. *China Quarterly*, 61, p. 112-131, 1989.
- FOOLEN, A. The expressive function of language. In: NIEMEIJER, S.; DIRVEN, René D. (Ed.). *The language of emotion: conceptualization, expression, and theoretical foundation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1994. p. 16-32.
- GOFFMAN, E. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction. In: \_\_\_\_\_. *Interaction ritual: essays on face-to-face behavior*. New York: Anchor: Doubleday, 1967. p. 307-320.

- \_\_\_\_\_. *Presentation of self in everyday life*. New York: Anchor: Doubleday, 1959.
- GUMPERZ, J.; COOK-GUMPERZ, J. Introduction: language and the communication of social identity. In: GUMPERZ, J.; HYMES, D. (Ed.). *Language and social identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982. p. 1-19.
- GUMPERZ, J. J. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- HALLIDAY, M.; HASAN, R. *Cohesion in English*. London: Longman, 1976.
- HOEY, M. *Patterns of lexis in text*. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- HUTCHEON, L. *Teoria e política da ironia*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2000.
- JOHNSON, S. Theorizing language and masculinity: a feminist perspective. In: \_\_\_\_\_; MEINHOF, U. (Ed.). *Language and masculinity*. Oxford: Blackwell, 1995.
- LUTZ, C. *Unnatural emotion: everyday sentiments on a micronesian atoll & their challenge to western theory*. Chicago: Chicago University Press, 1988.
- NORRICK, N. Expressive illocutionary acts. *Journal of pragmatics*, 2, p. 277-291, 1978.
- PUTNAM, H.; MUMBY, N. *Razão, verdade e história*. Lisboa: Dom Quixote, 1993.
- QUIRK, R. et al. *A grammar of contemporary English*. London: Longman, 1980.
- SARANGI, S. Rethinking recontextualization in professional discourse: an epilogue. *Text*, 18, 2, p. 301-318, 1998.
- SALGADO, M. G. S. S. *Toda serra de longe é azul: o discurso da emoção na interação cliente-empresa*. 2003. Tese (Doutorado)-Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Perguntar ofende?: estruturas interrogativas e a representação do feminino no discurso publicitário*. 1999. Dissertação (Mestrado)-Instituto de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Niterói, 1999.
- SARANGI, S.; SLEMBROUCK, S. *Language, bureaucracy and social control*. London: Longman, 1996.
- SCHIMANOFF, S. B. Types of emotional disclosures and request compliance between spouses. *Communication monographs*, 54, p. 159-187, 1987.
- TANNEN, D. Oral and literate strategies in spoken and written narratives. *Language*, 51, p. 1-21, 1982.
- \_\_\_\_\_. *Talking voices: repetition, dialogue and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
- TROSBORG, A. *Interlanguage pragmatics: requests, complaints and apologies*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1995.
- WALKER, N. *Feminist alternatives: irony and fantasy in the contemporary novel by women*. Jackson: University Press of Mississippi, 1990.