

# Terminologia no contexto das empresas: um estudo de caso<sup>1</sup>

## Terminology within the context of business companies: a case study

Alexandra Feldekircher Müller<sup>2</sup>

alexandra.f.m@gmail.com

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Maria da Graça Krieger<sup>2</sup>

kriegermg@gmail.com

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

---

**RESUMO** – No contexto dos estudos terminológicos, este artigo tem como objetivo apresentar uma descrição de termos que circulam em empresas e compõem a categoria da terminologia empresarial. A terminologia empresarial é um domínio novo de conhecimento, ainda pouco explorado. O estudo apresentado ampara-se teoricamente na abordagem linguístico-comunicacional da Terminologia, segundo a qual o termo é visto como um item lexical que pode assumir o valor especializado de acordo com o seu contexto comunicativo. Metodologicamente, apresenta-se o estudo de caso com a Empresa Y M&E Brasil, identificando-se que a terminologia empresarial é híbrida e está constituída por dois grandes eixos: o eixo da Terminologia de Operacionalização Administrativa e o eixo da Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto. O estudo mostrou que esses dois eixos permitiram descrever a categoria terminológica empresarial e apresentar as características do que se denominou como Termo Organizacional e Termo Operacional.

**Palavras-chave:** linguagem, terminologia, terminologia empresarial, termo organizacional e operacional.

**ABSTRACT** – Within the context of terminological studies, this paper aims at describing terms that circulate within business companies and compose the business terminology category. Business terminology is a new area of knowledge, to which little attention has yet been paid. To carry this study, the theoretical framework we use is the linguistic-communication theory of Terminology, which establishes that terms are lexical units which assume a specialized value in accordance with their communicative context. Concerning methodology, this paper presents a case study carried out at the Y M&E Brasil Company, identifying that business terminology terminology is hybrid, because it is constituted by two major axes: the Terminology of Administrative Operationalization axis and the Terminology of Product and Process Operationalization axis. The study showed that these two axes enabled a description of the respective terminological category, as well as an introduction to characteristics of the Organizational Term and Operational Term categories.

**Keywords:** language, terminology, business terminology, organizational and operational term.

---

### Introdução

É constante a produção de terminologias nos diferentes campos da ciência, das técnicas e das atividades profissionais. Como afirma Cabré (2010), em todos os campos da ciência e da tecnologia são produzidas terminologias e na medida que o conhecimento cresce e novos conceitos são produzidos, surgem, com eles, novos termos. Apesar da presença da terminologia nos mais variados campos de saber especializado, apenas a terminologia de alguns desses contextos tem sido objeto de estudos mais avan-

çados sobre o modo de definir e de nomear cada objeto, processo ou método. Em geral, esses estudos voltam-se a campos de saber especializado de larga tradição, como a medicina, a química, o direito entre outros.

Diferentemente, e como parte dos resultados de investigação da tese de doutorado intitulada “*Terminologia empresarial: princípios de reconhecimento e de gerenciamento*” (Müller, 2013), este artigo apresenta um estudo sobre a terminologia das empresas, com o objetivo de descrever os termos e propor uma metodologia para o conhecimento da natureza e tipologia de termos nesse

---

<sup>1</sup> O presente artigo faz parte da pesquisa de doutorado da autora, realizada no Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), sob orientação da Profa. Dra. Maria da Graça Krieger. Tradução para o inglês do título, do resumo, das palavras-chave e das legendas: Aline Nardes dos Santos.

<sup>2</sup> Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Bairro Cristo Rei 93022-750, São Leopoldo, RS, Brasil

contexto. A terminologia de empresas é um campo ainda a descoberto no âmbito dos estudos terminológicos no Brasil<sup>3</sup>, contando com alguns estudos no exterior, a exemplo de Dardo De Vecchi (2012, 2009, 2007), na França, e Franco Bertaccini (2015a, 2015b, 2012), na Itália, quem, junto à Universidade de Bologna, trabalha com terminologias em contextos empresariais<sup>4</sup>. Em razão do universo empresarial fazer uso de terminologias e entendê-las como fator de competitividade, salienta-se a importância de caracterizar o repertório de termos de grande circulação nas empresas como uma categoria terminológica própria<sup>5</sup>, tal como ocorre com os termos científicos, por exemplo, de áreas como a medicina, a biologia entre tantas outras.

Ao se considerar o fato de não haver muitas pesquisas sobre a terminologia no âmbito empresarial, esta investigação procura também contribuir para os avanços da pesquisa terminológica, tomando como principal base teórica a Terminologia Comunicativa da Terminologia (TCT) (Cabré, 2005, 1999, 1993). A Terminologia, por excelência, vai se ocupar do estudo das unidades lexicais especializadas numa perspectiva que levará em conta o contexto comunicacional de inserção da linguagem. Assim, apoia-se nas teorias linguísticas para também, numa perspectiva aplicada, buscar a “resolução de problemas da vida cotidiana que envolvem o uso da linguagem” (Cunha *et al.*, p. 27).

Nesse cenário, diante do propósito desta pesquisa, na sequência, faz-se uma breve retomada de princípios teóricos da Terminologia importantes para este estudo. Posteriormente, destacam-se os aspectos mais relevantes sobre as empresas e sua organização. A seguir, apresenta-se um estudo de caso em empresa desenvolvido com a finalidade de obter dados empíricos capazes de subsidiar a proposta de reconhecimento da terminologia empresarial e de suas principais características.

## A Terminologia

A Terminologia<sup>6</sup> é uma área de estudos da Linguística Aplicada cujo objeto primeiro é o léxico especializado. Além disso, a Terminologia também se caracteriza pela sua “dimensão aplicada, refletida na produção de glossários e dicionários técnicos, entre outros instrumentos de organização formal das terminologias”, a Terminografia (Krieger e Finatto, 2004, p. 13).

Nesse contexto, a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) (Cabré, 2005, 1999, 1993), aqui adotada, tem princípios descritivos e parte da observação do contex-

to de ocorrência do item léxico como aspecto fundamental para o estudo do termo. Isso porque, *a priori*, não se distinguem termos de palavras. Um item lexical assume estatuto terminológico em contexto comunicativo, e o termo é visto como uma unidade poliédrica (Cabré, 2005) integrada por três dimensões: cognitiva, linguística e comunicacional. Focando na funcionalidade de representação e transmissão de conhecimentos especializados, essa representação poliédrica permite caracterizar o termo como: (a) item lexical especializado (dimensão linguística); (b) nóculo de representação do conhecimento especializado (dimensão cognitiva); e (c) componente nuclear da comunicação profissional especializada (dimensão comunicacional).

Para contribuir nessa linha de abordagem teórica, outro conceito importante que caracteriza o termo como uma unidade da língua é o conceito trazido por Gouadec (1990, p. 3), que afirma que o termo “designa um conceito, um objeto ou um processo”. O autor assevera ainda que “é a unidade de designação de elementos do universo percebido ou concebido”, dificilmente se confundindo “com a palavra ortográfica” (Gouadec, 1990, p. 3). Já Krieger e Finatto (2004, p. 78) definem os termos como unidades linguísticas naturais, as quais se caracterizam por serem unidades do conhecimento que assumem valor especializado pelo uso. A partir desses conceitos, neste trabalho, toma-se o termo como unidade de valor especializado, predominantemente de categoria nominal, com valor referencial e designativo, associado a um nóculo conceitual da área de especialidade (Cabré, 2005, 1999, 1993). Destaca-se ainda que os termos, em função do âmbito especializado em que se inserem, caracterizam-se por alguns fatores pragmáticos, como a função referencial, a temática específica, os usuários especializados, a situação comunicativa mais formalizada e um discurso profissional e científico (Cabré, 1993, p. 222), aspectos fundamentais para a descrição da terminologia presente no segmento empresarial.

Nesse contexto, é válido ainda afirmar que o uso dos termos ampliou-se, bem como o acesso às linguagens especializadas vem se modificando com o passar do tempo, devido ao avanço das tecnologias, o que justifica a ausência de estudos sobre a terminologia empresarial e impulsiona esta investigação. Tal como afirmam Krieger *et al.* (2001, p. 318), “hoje, os termos circulam intensamente, porque ciência e tecnologia tornaram-se objeto de interesse das sociedades” e o léxico especializado já não é mais considerado domínio dos especialistas. Assim, comumente os leigos o utilizam em variadas situações comunicativas

<sup>3</sup> No Brasil, há alguns trabalhos na área, como os de Müller e Krieger (2011), Batista (2011) e Rabello (2012, 2008).

<sup>4</sup> Sobre o trabalho de Franco, pode-se citar a tese orientada por ele como um importante trabalho na área: Matteucci, Alessandra. *Rsv1000r 2004: Terminologia Dei Componenti Strutturali Della Motocicletta Aprilia. 2003-2004.* (Doutorado em Tradução e Interpretação) - Scuola Superiore Di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori. Università degli Studi di Bologna- SSLMIT, sede di Forlì. 2003-2004.

<sup>5</sup> A cerca das distintas categorias e perfis terminológicos, ler Krieger (2013).

<sup>6</sup> Grafada com inicial maiúscula.

porque o léxico especializado sai do círculo especializado e vai para os meios de comunicação, passando de um nível científico para o popular (Landau, 1993, p. 181).

Nessa perspectiva e do ponto de vista aplicado desta investigação, Krieger e Finatto (2004) afirmam a importância do estudo dos termos em textos e da identificação das propriedades textuais para a caracterização dos termos, e validam a abordagem textual como capaz de permitir a identificação, por exemplo, dos fatores pragmáticos da comunicação especializada que ativam a “feição terminológica que distintas unidades lexicais assumem no contexto das comunicações” (Krieger e Finatto, 2004, p. 109).

É também nessa linha que se situa a Terminologia Linguístico-Textual, conforme Krieger e Finatto (2004), ao considerar que uma unidade lexical ou sintagma assume o estatuto de termo em razão de sua inserção em um determinado texto especializado. Desse modo, o estatuto terminológico de uma unidade lexical depende, obrigatoriamente, de sua relação cognitiva e pragmática com alguma área do saber especializado.

Nessa mesma perspectiva, contribuem para o reconhecimento do valor terminológico de um item lexical fatores pragmáticos do processo comunicativo, que envolvem conhecimento especializado a exemplo do tema e da área de especialidade, incluindo destinatador e destinatário, entre outros fatores. Logo, entende-se por que é vital considerar o termo na relação com o cenário comunicativo em que se manifesta. A observação de tal sorte de dados é, igualmente, necessária para a identificação e descrição dos termos das empresas tal como se faz com as áreas clássicas do conhecimento. Cabe assim identificar o campo de estudos em foco, o que se faz em sequência.

## As empresas e sua organização

A investigação da terminologia empresarial está relacionada à compreensão do que é e como se estrutura uma empresa. Numa visão ampla, ela é caracterizada por ser uma totalidade organizada de meios com vistas a exercer uma atividade particular, que produz e oferece bens ou serviços. Objetiva atender alguma necessidade humana com o intuito primeiro de obtenção de lucro, o qual é tomado como consequência do processo produtivo e retorno esperado pelos investidores<sup>7</sup>.

Para Motta e Vasconcelos (2004, p. 42), as empresas são organizações com:

- i) finalidades lucrativas; ii) são orientadas para o lucro; iii) assumem riscos que são o ingrediente do negócio; iv) são dirigidas por uma filosofia de negócios, devendo justificar a sua existência atendendo às necessidades da sociedade; portanto, elas devem manter a vitalidade econômica e aceitar a respon-

sabilidade social; v) são avaliadas, geralmente, sob um ponto de vista contábil, por ser a contabilidade a linguagem universal para expressar a sua situação econômico-financeira; vi) devem ser reconhecidas como negócios pelas demais organizações, na medida em que são produtoras de bens ou serviços que as outras organizações podem utilizar.

Como apontado pelos teóricos, a lucratividade é o motor que impulsiona as atividades na empresa. E é olhando para isso que se percebe que a linguagem também é um elemento no todo empresarial capaz de ser responsável pela lucratividade, ao lado da reutilização da matéria-prima ou da utilização de software que controle, por exemplo, o estoque dos materiais. Isso porque todo e qualquer recurso/ação que proporcione lucro ou diminuição das despesas em uma empresa é tido como sinônimo de valor para ela. Nessa medida, a qualidade da comunicação, evitando ruídos e favorecendo a precisão conceitual, torna-se um recurso que favorece as condições de lucratividade.

A par de sua natureza, toda empresa, normalmente, é estruturada por setores de trabalho os quais precisam se comunicar, embora exerçam funções diferentes no ambiente de trabalho. Por exemplo, uma concessionária de carros possui o setor de vendas, com o segmento veículos novos, seminovos e vendas especiais; o setor de peças e acessórios; o setor de serviços; o de assistência técnica; o de consórcios; o de seguros; o financeiro; o de contabilidade; o jurídico; o de comunicação; e o setor de gerência, o que vem a consolidar-se como os setores organizacionais das empresas integrantes do seu organograma. Para todos, nos diferentes setores, o objeto principal é o veículo comercializado. Contudo, cada um agrega ao seu setor o conhecimento específico da área em que está, por exemplo: nas vendas, as informações sobre tabela FIPE, cotação, valores, vantagens e desvantagens para o negócio; o setor de serviços tem todo um conhecimento de engenharia mecânica, possíveis defeitos e prováveis medidas de solução; etc. Em função dessas variáveis de informações específicas para cada setor da empresa, podem ocorrer inúmeros problemas de comunicação entre seus profissionais, logo o domínio da terminologia da área e o entendimento do seu funcionamento no interior da organização são aspectos fundamentais no seu dia a dia.

Do ponto de vista da estrutura das empresas, elas são consideradas organizações e como tais “são extremamente heterogêneas e diversificadas, de tamanhos diferentes, de características diferentes, de estruturas diferentes, de objetivos diferentes” (Chiavenato, 2003, p. 2), mas todas são constituídas por recursos humanos e não humanos (como recursos físicos e materiais, financeiros, tecnológicos, mercadológicos etc.).

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

<sup>7</sup> No caso da empresa pública, a finalidade é a de rentabilidade social e não o lucro.

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

Nesse sentido, toda empresa ou organização tem uma administração, a qual é considerada como um meio de fazer as coisas funcionarem dentro dela. Como tal, possui diversas especializações e, com essas, diferentes conjuntos de termos para representar o conhecimento especializado de cada setor, tais como: “Administração da Produção (de bens ou serviços prestados pela organização), Administração Financeira, Administração de Recursos Humanos, Administração Mercadológica, Administração Geral” (Chiavenato, 2003, p. 2). Essas especializações assumidas pela administração têm relação direta com as funções básicas da empresa (Chiavenato, 2003, p. 94), a saber: finanças e contabilidade, recursos humanos e administrativos, marketing ou comercialização e produções ou operações.

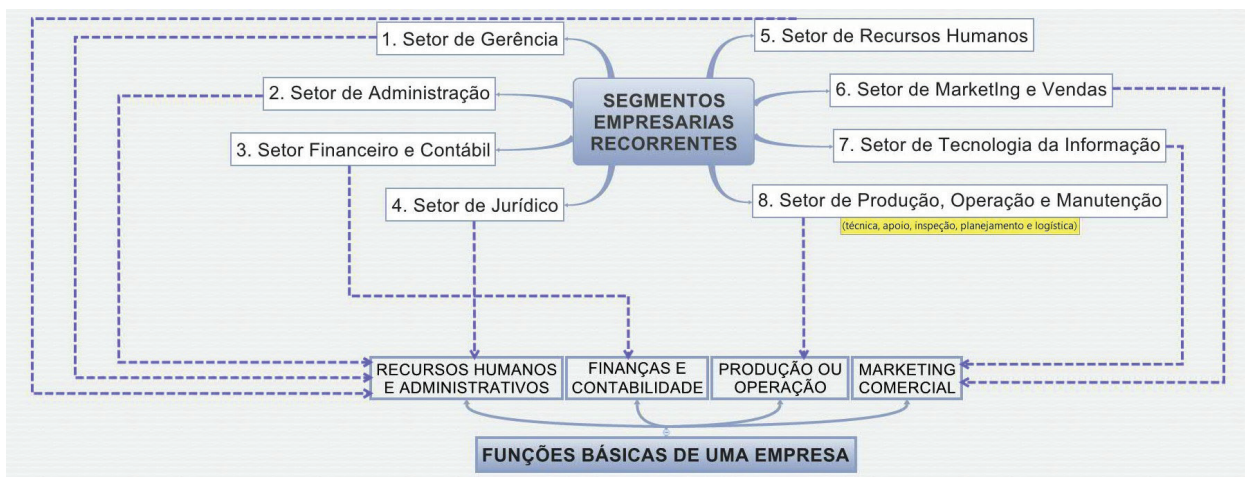
A partir dessas funções e da missão que cada empresa possui é que elas se organizam com relação à sua composição, representando a sua estruturação hierárquica em organogramas, os quais elucidam os diferentes níveis de gestão e neles os diferentes saberes especializados necessários para o pleno exercício de suas atividades e, com isso, os diferentes conjuntos de

termos empregados. Tal desenho organizacional justifica o postulado de que para identificar a terminologia empresarial há a necessidade de vincular a sua identificação ao organograma, à funcionalidade, à missão e visão, e ao objeto de produção da empresa, e que, por consequência, isso se torna elemento fundamental para a identificação da terminologia empresarial.

De acordo com Müller (2013), pode-se dizer que os setores/segmentos mais recorrentes nas empresas, representados pelos seus organogramas, de um modo geral<sup>8</sup>, podem ser classificados como oito, os quais estão diretamente relacionados às suas funções, como já bem observado por Chiavenato (2003, p. 94). Observam-se esses Segmentos Organizacionais Recorrentes atrelados às funções da empresa na Figura 1, os quais são tomados como resultados da primeira etapa metodológica para o reconhecimento e descrição da terminologia empresarial, destacando-se a importância que tem a descrição dessa terminologia.

### O caso da empresa de MRO

Considerando o que já foi afirmado sobre a forte ligação da terminologia empresarial com a missão e o organograma da empresa, para dar conta do objetivo deste trabalho, como segunda etapa metodológica constituída de duas tarefas, apresenta-se um estudo de caso com empresa desenvolvido na tese de doutorado (Müller, 2013) para auxiliar na identificação e na descrição da terminologia empresarial, considerando-se, assim, o real contexto de ocorrência dos termos para o seu exame.



**Figura 1.** Segmentos Organizacionais Recorrentes e suas funções.

**Figure 1.** Recurrent Organizational Segments and its duties.

Fonte: Müller (2013, p. 121).

<sup>8</sup> Essa informação advém de um levantamento feito pela primeira autora deste artigo em sua tese de doutorado (Müller, 2013).

A organização analisada caracteriza-se como uma empresa de manutenção de aeronaves (empresa de manutenção, reparos e operação - MRO), da região sul do país, a Y M&E Brasil<sup>9</sup>. A partir da observação do seu organograma, da sua missão, da leitura de suas informações institucionais, bem como da percepção dos oito Segmentos Organizacionais Recorrentes destacados na seção anterior, executou-se a primeira tarefa metodológica da segunda etapa, a qual permitiu reconhecer que a organização da Y M&E Brasil desenha-se na forma que pode ser vista na Figura 2.

Da observação da Figura 2, destaca-se a equivalência entre os setores da empresa analisada no estudo de caso e os Segmentos Recorrentes. Observa-se que as linhas pontilhadas em azul referem a equivalência existente entre os setores do estudo de caso e os Segmentos Recorrentes; já as linhas em vermelho demarcam a relação existente entre um subsetor da empresa de MRO (estudo de caso) e um Segmento Recorrente. Isso se justifica pelo fato de que, como afirmou Chiavenato (2003), uma empresa é heterogênea e nem sempre apresenta a mesma hierarquia organizacional, podendo haver sobreposição, embora presente, no geral, os principais setores organizacionais aqui tratados.

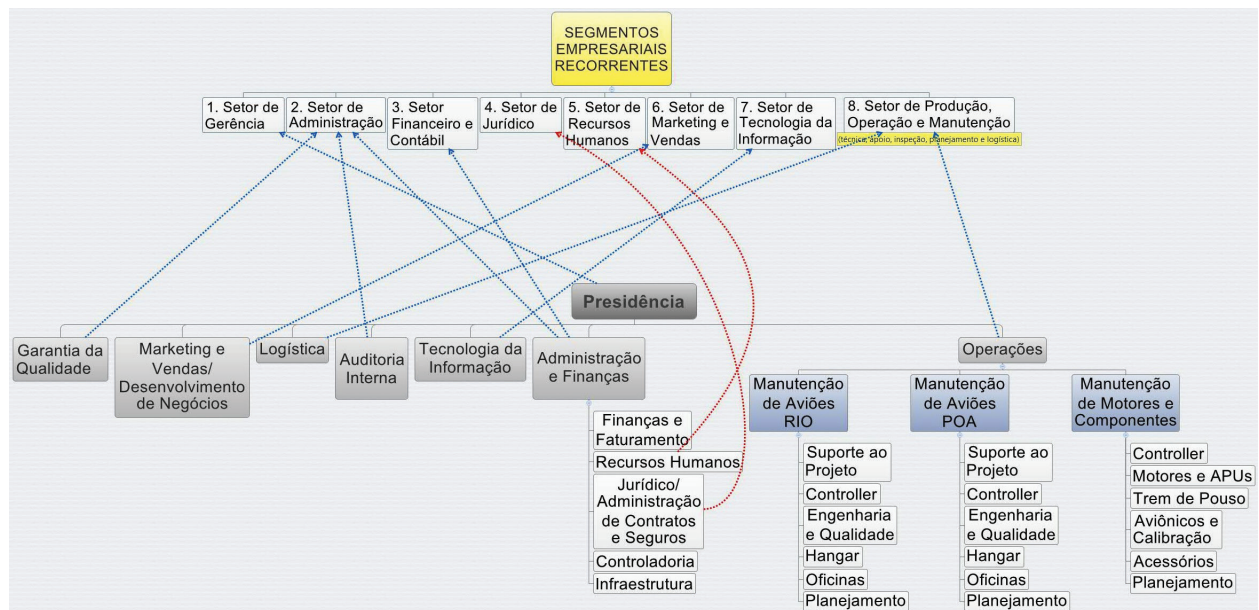
A partir desses dados encontrados e das relações demarcadas com a análise da Figura 2, a segunda tarefa (Segunda etapa) foi analisar o léxico presente nos setores

que integram o organograma da empresa. Pôde-se inferir que a terminologia da empresa, ou terminologia empresarial, aqui empregadas como sinônimos, diante dos setores identificados, é heterogênea e composta por termos das Ciências Sociais (ciências moles), em especial, da Administração e da Economia, bem como da Contabilidade, do Direito, da Informática, da Comunicação e da Psicologia.

Ainda, ao analisar-se o organograma da empresa de MRO, percebe-se uma divisão de tarefas, a qual permite separar a empresa em dois grandes segmentos organizacionais distintos, os quais consolidam dois distintos repertórios terminológicos, conforme ilustra a Figura 3.

Essa dupla segmentação ilustrada é denominada pelas funções que exercem na empresa como: (i) Setor A com a Terminologia de Operacionalização Administrativa, e (ii) Setor B com a Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto. Conforme a Figura 3, o Setor B, constituído pelo setor de Produção, Operação e Manutenção, vale-se mais de técnicas e processos do que de conhecimentos científcos propriamente ditos; ele se vale da utilização das técnicas criadas a partir de conhecimentos das ciências duras e, assim, está mais voltado ao processo de execução das técnicas criadas de acordo com a área de atuação da empresa e, por isso, vem representado por um repertório terminológico de Operacionalização de Processo e Produto.

Destaca-se, ainda, que esse setor caracteriza-se, na empresa, do ponto de vista pragmático e temático, por

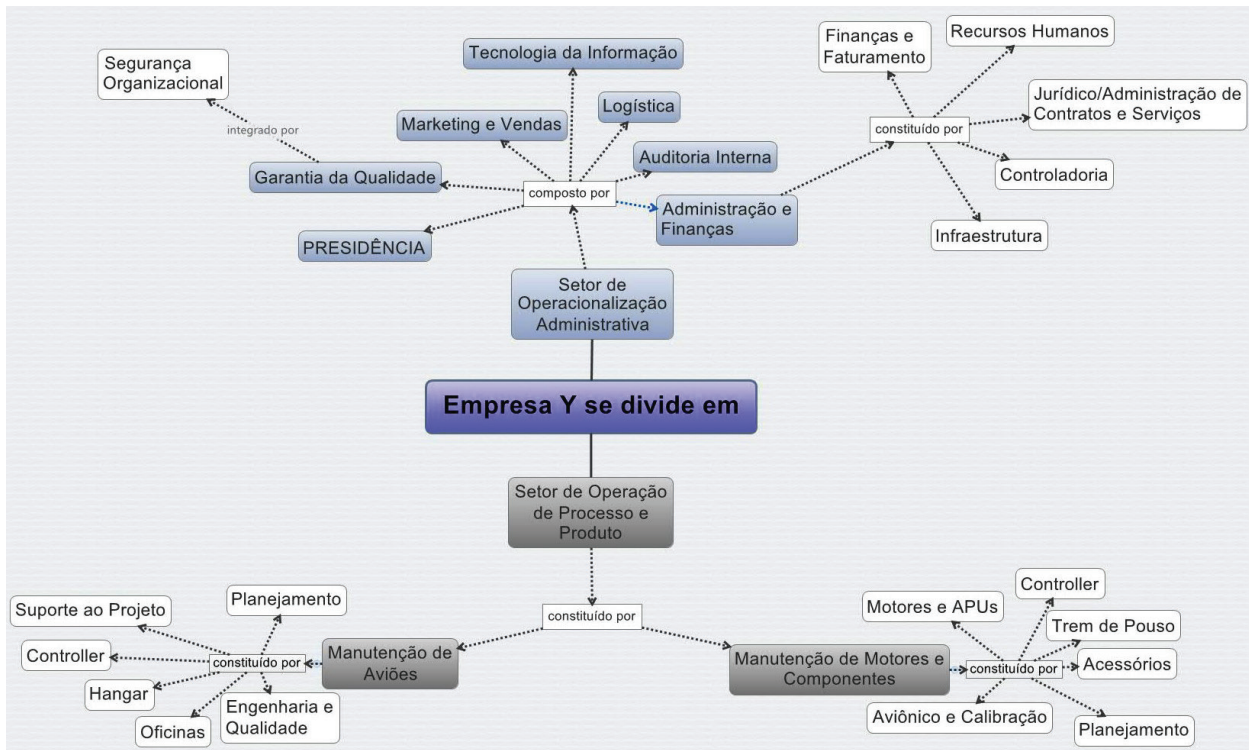


**Figura 2.** Setores Organizacionais Recorrentes e Organograma da empresa de MRO.

**Figure 2.** Recurrent Organizational Segments and the MRO company's organizational chart.

Fonte: Müller (2013, p. 122).

<sup>9</sup> Para fins de divulgação da pesquisa e integridade da empresa, manteve-se em sigilo o seu nome, criando-se um nome fictício.



**Figura 3.** Organização setorial e terminológica da Empresa Y M&E Brasil.

**Figure 3.** Sectoral organization of the Y M&E Brasil company.

Fonte: Müller (2013, p. 85).

ser o responsável pela execução das tarefas pertinentes à geração de processo ou produto, com o fim da geração do lucro. Os demais setores (Setor A) são os responsáveis, de um modo geral, pela administração e execução de tarefas que dão sustentabilidade e condições de execução do trabalho do Setor B. Desse modo, esse setor caracteriza-se tematicamente e pragmaticamente por ter, predominantemente, uma Terminologia de Operacionalização de Processo e Produto.

De toda essa análise, salienta-se que a identificação dos Segmentos Organizacionais Recorrentes nas empresas, suas funções e suas características, autoriza a afirmação de que os sete primeiros segmentos identificados representam um universo terminológico constituído de *termos com valor organizacional* e que o oitavo, setor de Produção, Operação e Manutenção, representa o universo terminológico de Operacionalização de Processo e Produto identificado pelos *termos com valor operacional* no interior da organização.

Por fim, destaca-se que este estudo de caso identificou dois grandes setores organizacionais integrante das empresas e, com eles, termos com valor organizacional e operacional, já esboçados, respectivamente, por terminologia do Setor A - Operacionalização Administrativa e terminologia do Setor B - Operacionalização de Processo

e Produto, os quais auxiliam metodologicamente na descrição da terminologia empresarial.

### A descrição do termo empresarial: identificação de dois conjuntos terminológicos

Com base nos resultados do estudo de caso, identificou-se que pragmaticamente a terminologia da empresa está dividida em Setor A e Setor B, sendo cada um deles responsável por distintas tarefas, respectivamente por Operacionalização Administrativa e Operacionalização de Processo e Produto. No Setor A, de acordo com as funções estabelecidas pelo organograma da empresa, a terminologia predominante refere-se à área da Administração, com suas ramificações, nas Finanças e na Jurídica. No Setor B, por sua vez, pode-se encontrar a terminologia de especialidade da Aviação Comercial e Militar, mais especificamente na esfera industrial/mecânica. Assim, o que se evidencia neste estudo com relação à descrição da terminologia empresarial é:

#### Setor A – Operacionalização Administrativa

**Função:** ser responsável pelo funcionamento e administração da empresa;

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

### Setor B – Operacionalização de Processo e Produto

**Função:** ser responsável pela produção ou prestação de bens ou serviços da empresa, a qual varia de empresa para empresa de acordo com a sua missão;  
**Terminologia:** os termos variam de acordo com a missão da empresa e a sua área de inserção.

A partir desses dados, para fins de descrição da terminologia empresarial com sua dupla segmentação e validação dos dados encontrados, realizou-se a última etapa metodológica – terceira etapa, que se constituiu em um trabalho com um conjunto de textos da empresa estudada (23 textos com 121.561 palavras), representativos do Setor A. Os princípios da Linguística de *Córpus*<sup>10</sup> foram tomados para a compilação e processamento, criando-se cinco subcórpus, os quais foram compilados a partir das áreas setoriais das quais os textos advinham. Para a manipulação dos subcórpus, foram usadas as ferramentas linguísticas do Ant Conc e do e-Termos. Os n-gramas foram analisados com base nos princípios da pertinência

temática e pragmática (Hoffmann, 1998; Maciel, 2001) e da frequência (Krieger e Finatto, 2004). As suas principais características estão resumidas no Quadro 1.

A primeira coluna do Quadro 1 indica o setor da empresa ao qual o conjunto de texto pertencia. A segunda refere-se ao Setor Recorrente identificado. A terceira identifica o número de palavras diferentes (types) de cada setor. A quarta refere-se ao número total de palavras do *córpus*. A quinta, na sequência, sinaliza a frequência inicial e final dos candidatos a termos analisados. A sexta identifica o número de n-gramas usados para análise. A sétima refere-se à primeira palavra lexical identificada como possível termo na lista de frequência. E a oitava aponta a última palavra lexical observada.

Cabe salientar que se consideraram, para os dados acima, apenas as palavras lexicais e que para a sua identificação somaram-se aos critérios da pertinência temática e pragmática, o da frequência. Aprofundando a análise, apresentam-se os candidatos a termos com um estudo mais refinado, sendo para isso necessário pesquisar todos os contextos de ocorrência dos n-gramas candidatos a termos. Essa tarefa permitiu encontrar os candidatos compostos por mais de um n-grama, ampliando, assim, os resultados para a descrição da categoria da terminologia empresarial.

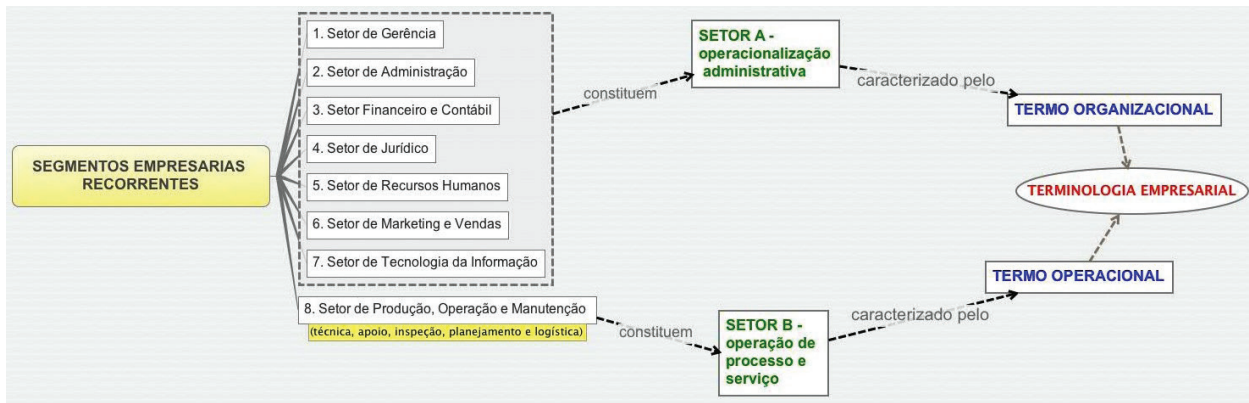
Destaca-se, dessa prática, que a pesquisa não teve por objetivo organizar o repertório terminológico empregado em cada setor da empresa e, com isso, os termos da Economia, da Administração, do Direito etc., mas, sim,

**Quadro 1.** Características dos subcorpus.  
**Chart 1.** Characteristics of the subcorpora.

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

Fonte: Müller (2013, p. 133).

<sup>10</sup> Os princípios são basicamente, a origem, o propósito, a composição, a formatação, a representatividade, a extensão (Berber Sardinha, 2004). Contudo, nem todos foram possíveis de ser observados por se tratar de um *corpus* cedido.



**Figura 4.** Categorias de termos de uma empresa.  
**Figure 4.** Term categories of a company.

Fonte: Müller (2013, p. 143).

conhecer as propriedades terminológicas do repertório de termos que circula na empresa de um modo geral, bem como mecanismo também capaz de auxiliar nos estudos dos termos em diferentes contextos de comunicação.

Nesse sentido, os resultados quantitativos alcançados com a aplicação dos três critérios para a identificação e descrição terminológica são a identificação de 286 termos ao todo, sendo 244 dos Setores Empresariais Recorrentes, presentes em empresas como um todo, e 42 termos que não são recorrentes nas empresas como um todo, mas, sim, na empresa de MRO estudada.

Tais dados ilustram e validam o que já se observou sobre a dupla segmentação do termo empresarial em Organizacional e Operacional, pois a maior parte dos termos encontrados no corpúsculo compilado são de fato termos que representam conceitos de organização administrativa, antes já denominados como *termos com valor organizacional*. Assim, os resultados identificam o Termo Organizacional como prototípico do Setor A e o Termo Operacional como prototípico do Setor B, cujos exemplos serão detalhados na sequência.

Como termos identificados, a título de ilustração, destacam-se:

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

*Termos Operacionais (Setor B):* equipamento para voo por instrumento; equipamento eletrônico de comunicações, bancada de teste, sistema elétrico, Controle de Produção de Hangar, APAA (Atestado de Aeronáutico

Aprovado), trem de pouso, Oficina de Hidráulicos, Oficina de Interiores, Oficina de Motores, Oficina de Navegação, Oficina de Pintura, Oficina de Trem de Pouso, Boeing, APUS, Família de Motores, Oficina de Motores, Certificado de Conhecimento Teórico ANAC, Operador de Calibrações, Operador de Galvanoplastia.

A partir desses resultados, vale lembrar que todo o termo é poliédrico, o que faz com que a terminologia em uma empresa esteja a serviço do processo de comunicação necessário no contexto de trabalho, incluindo todas as gestões organizacionais da empresa. Salienta-se que a terminologia de uma empresa é híbrida, tendo em vista que a competência administrativa e as responsabilidades jurídicas e sociais recorrem aos princípios e conhecimentos de diversas ciências (Administração, Direito etc.). Entretanto, de modo específico, a terminologia de uma empresa está atrelada à sua missão, à sua visão e aos seus valores, representada pelos termos próprios da sua área de atuação. Isso quer dizer que uma empresa possui uma terminologia que advém de diversas áreas (da Informática, da Contabilidade, da Administração, da Aviação, conforme estudo de caso etc.), tornando-a híbrida pela sua própria natureza constitutiva. Diante disso, como diagnosticado neste trabalho, destaca-se que a empresa possui dois macro conjuntos de repertórios, os quais são definidos como: (i) repertório de *Termos Organizacionais* (Segmentos Empresariais Recorrentes constituídos pelos setores 1 ao 7), item lexical de valor terminológico, especializado, no contexto de comunicação da empresa e representativo de conceitos de gestão empresarial, logo de uma terminologia híbrida típica da gestão de empresas, e (ii) repertório de *Termos Operacionais* (Segmento Recorrente - setor 8), item lexical de valor terminológico no contexto comunicacional da organização empresarial capaz de designar conceitos que se referem à geração



de processo ou produto ligados diretamente à missão da empresa. Para facilitar a compreensão, ilustra-se essa composição terminológica recorrente na empresa e aqui identificada, a qual vem de diferentes setores e forma um todo denominado de terminologia empresarial, cobrindo os termos usados na empresa.

### Considerações finais

Destaca-se que, para a concretude do propósito do trabalho aqui descrito, o percurso foi trilhado à luz da abordagem da teoria linguístico-comunicacional da Terminologia, assumindo-se o termo como uma unidade da língua que pode designar um conceito, um objeto, um processo ou um método. Inscreve-se aí a possibilidade de, no interior de uma empresa, o termo representar os respectivos conceitos adotados pelo ramo de especialidade da organização e referir os objetos ou processos criados ou desempenhados na departamentalização.

Salienta-se que essa identificação da categoria terminológica empresarial e a dualidade de dois importantes segmentos terminológicos - *Termo Organizacional* e o *Termo Operacional* - consiste num importante passo, cujos princípios e etapas metodológicas permitem avançar no reconhecimento de termos de um campo ainda não explorado ou na descrição de uma categoria/“perfil terminológico” (Krieger, 2013). Mais ainda, contribui para o avanço dos estudos terminológicos, mostrando que o léxico especializado não se enfeixa numa única categoria, tampouco se restringe aos domínios técnico-científicos. Tudo isso justifica também a pesquisa descritiva em relação a propriedades de categorias terminológicas que não são tradicionalmente estudadas, mas que são relevantes para a sociedade. Em vista disso, espera-se que a proposição apresentada para a identificação da terminologia empresarial que relaciona organograma e missão possa confirmar sua aplicabilidade num universo corporativo mais amplo.

### Referências

- BATISTA, R.P. 2011. *Características formais da Terminologia Empresarial: um estudo de caso*. São Leopoldo, RS. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 167 p.
- BERBER SARDINHA, T. 2004. *Linguística de Córpus*. São Paulo, Manole, 410 p.
- BERTACCINI, F. 20015a. *Prof. Franco Bertaccini and terminology (in Italian)*. Itália, 57min16s. Disponível em: <http://www.translationzone.com/video/prof-franco-bertaccini-and-terminology-in-italian/27246/>. Acesso em: 01/02/2016.
- BERTACCINI, F. 2015b. Il terminologo come professore a sé stante e in tandem con il traduttore: quali competenze, quali sbocchi professionali. In: ZHAW, Departement Angewandte Linguistik. Winterthur (Zurigo) Donnerstag, 16 April.
- BERTACCINI, F. 2012. La terminologia e la fraseologia nella comunicazione professionale. Convegno “La documentazione tecnica come fattore strategico per l’impresa”. UNINDUSTRIA- BO-
- LOGNA. Disponível em: <http://www.unindustria.bo.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/70926>. Acesso em: 01/11/2015.
- CABRÉ, M.T. 2010. *Las nuevas terminologías aparecen en la medida en que crece el conocimiento*. Disponível em: [http://www.clarin.com/notas/2010/09/15/\\_-02207893.htm](http://www.clarin.com/notas/2010/09/15/_-02207893.htm). Acesso em: 01/11/2010.
- CABRÉ, M.T. 2005. *La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Girona, Documenta Universitaria, 362 p.
- CABRÉ, M.T. 1999. *La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Barcelona, IULA, 369 p.
- CABRÉ, M.T. 1993. *La terminología*. Teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona, Editorial Antártida/Empúries, 529 p.
- CHIAVENATO, I. 2003. *Introdução à Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações*. 7ª ed., Rio de Janeiro, Elsevier, 634 p.
- CUNHA, A.F.; COSTA, M.A.; MARTELOTTA, M. 2013. *Manual de Linguística*. São Paulo, Contexto, 250 p.
- GOUADEC, 1990. *Terminologie: constitution des données*. Paris, AFNOR.
- HOFFMANN, L. 1998. *Llenguatges d’especialitat*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra. Institut Universitari de Linguística Aplicada, 284 p.
- KRIEGER, M.G.; 2013. A heterogeneidade do léxico especializado e perfis terminológicos. In: C.A.A. MURAKAWA; O.L. NADIN (orgs.), *Terminologia: uma ciência interdisciplinar*. São Paulo, Cultura Acadêmica, p. 23- 42.
- KRIEGER, M.G; FINATTO, M.J.B. 2004. *Introdução à Terminologia: Teoria & Prática*. São Paulo, Contexto, 223 p.
- KRIEGER, M.G; MACIEL, A.M.B.; FINATTO, M.J.B. 2001. Terminografia das leis do meio ambiente: princípios teórico-metodológicos. In: M.G. KRIEGER; A.M.B. MACIEL (org.), *Temas de Terminologia*. Porto Alegre/São Paulo, Ed. Universidade/UFRGS/Humanitas/ USP, p. 317-335.
- LANDAU, S.I. 1993. *Dictionaries: the art and craft of lexicography*. Cambridge, Cambridge University Press, 477 p.
- MACIEL, A.M.B. 2001. *Para o reconhecimento da especificidade do termo jurídico*. Porto Alegre, RS. Doutorado em Estudos da Linguagem. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 298 p.
- MOTTA, F.C.P.; VASCONCELOS, I.F.G. 2004. *Teoria Geral da Administração*. São Paulo, Pioneira, 449 p.
- MÜLLER, A.F. 2013. *Terminologia empresarial: princípios de reconhecimento e de gerenciamento*. São Leopoldo, RS. Tese de Doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 203 p.
- MÜLLER, A.F.; KRIEGER, M.G. 2011. A terminologia na empresa: possibilidade de estudo e trabalho. *Atas do VIII Encontro Intermediário do GT de Lexicologia, Lexicografia e Terminologia da Anpoll*. Belo Horizonte, UFMG. Disponível em: [http://150.164.100.248/gtlex/viiiengtlex/pdf/resumos\\_expandidos/Alexandra%20Muller-Krieger.pdf](http://150.164.100.248/gtlex/viiiengtlex/pdf/resumos_expandidos/Alexandra%20Muller-Krieger.pdf). Acesso em: 14/02/2017.
- RABELLO. C.E. 2012. Análise dos termos internos e dos termos técnicos de uma empresa aérea internacional. XII Simposio Iberoamericano de Terminologia. RITerm 2010. *Actas*. Buenos Aires, Editorial Colegios de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires. Tomo II, p. 164-173. Disponível em: <http://riterm.traductores.org.ar/actas/> Acesso em: 20/10/2015.
- RABELLO. C.E. 2008. *Análise comparativa entre os termos-internos e os termos-técnicos utilizados pela equipe de manutenção da VEM – Maintenance & Engineering - CEMAN POA*. São Leopoldo, RS. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 117 p.
- VECCHI, D. 2012. Pragmaterminología y empresa. XII Simposio Iberoamericano de Terminologia. RITerm 2010. *Actas*. Buenos Aires, Editorial Colegios de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires. Tomo II, p. 393-409. Disponível em: <http://riterm.traductores.org.ar/actas/> Acesso em: 20/10/2015.

VECCHI, D. 2009. Pragmaterminologie: une terminologie de l'entreprise en evolution. *Vème Journée scientifique du Réseau panlatin de terminologie* (Realiter). Terminologie et plurilinguisme dans l'économie international, p. 1-18. Disponível em: <http://www.realiter.net/le-giornate/milano-9-06-2009?lang=pt>. Acesso em: 20/10/2015.

VECCHI, D. 2007. Terminologie et sciences de gestion. Le cas des entreprises: vers une pragmaterminologie. *Colloque terminologie: approches transdisciplinaires*. Université du Québec en Outaouais Gatineau.

*Submetido: 16/03/2016*  
*Aceito: 05/12/2016*