UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LÍNGUA ESPANHOLA E LITERATURAS
ESPANHOLA E HISPANO-AMERICANA

ISABELLA MORAES GALLARDO

**As manifestações de cortesia encontradas em *e-mails* empresariais.
Português do Brasil e Espanhol peninsular: semelhanças e contrastes.**

SÃO PAULO

2013

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LÍNGUA ESPANHOLA E LITERATURAS
ESPANHOLA E HISPANO-AMERICANA

**As manifestações de cortesia encontradas em *e-mails* empresariais.
Português do Brasil e Espanhol peninsular: semelhanças e contrastes.**

ISABELLA MORAES GALLARDO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Língua Espanhola e Literaturas Espanhola e Hispano-americana, do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Profa. Dra. María Zulma Moriondo Kulikowski

SÃO PAULO

2013

Nome: GALLARDO, Isabella Moraes

Título: As manifestações de cortesia encontradas em *e-mails* empresariais.
Português do Brasil e Espanhol peninsular: semelhanças e contrastes

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Língua Espanhola e Literaturas Espanhola e Hispano-americana, do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Aprovada em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____.

Julgamento: _____ Assinatura: _____.

Profa. Dra. _____ Instituição: _____.

Julgamento: _____ Assinatura: _____.

Profa. Dra. _____ Instituição: _____.

Julgamento: _____ Assinatura: _____.

À memória do meu pai, por ter sido, sem saber, meu primeiro incentivador.

Agradecimentos

Em primeiro lugar agradeço muito e sempre a minha mãe, Silvia, amiga e companheira, por tudo;

Agradeço profundamente a minha orientadora, Professora. Dra. María Zulma Moriondo Kulikowski, pela oportunidade, pela paciência e por ter me ensinado o que sei atualmente sobre a pesquisa acadêmica;

Ao Professor Dr. Luiz Antonio da Silva, não somente pelas valiosas contribuições no momento do exame de qualificação, mas também por todos os ensinamentos durante a minha trajetória na pós-graduação.

À Professora Dra. Fátima A. T. Cabral Bruno por muitos ensinamentos: durante o período em que fui monitora do *Español en el Campus* e do Centro de Línguas da FFLCH-USP, pelas grandiosas contribuições em meu exame de qualificação, pelos estudos que desenvolvemos no Grupo de Pesquisa Recursos didáticos para aula de E/LE e pelo prêmio que conquistamos com o trabalho desenvolvido neste grupo.

A todos os alunos e amigos, que gentilmente concordaram em fornecer os *e-mails* para a composição do *corpus* do meu trabalho. Em especial ao Antonio Issa, pelo pronto interesse e colaboração. Sem a contribuição de todos eles, este trabalho seria inviável.

À Professora Dra. Fernanda Castelano Rodrigues, por tudo que me ensinou durante minhas aulas particulares de língua espanhola, pelo exemplo de profissional e também por ter sido uma grande incentivadora.

A todos os meus companheiros durante a minha trajetória no *Español en el Campus* e no Centro de línguas da FFLCH-USP: Fábio, Andrea, Márcia, Gustavo, Vanessa, Carmem e Daniel.

A toda a equipe e aos alunos da Nova Escola, pelo apoio, convívio e compreensão durante minha passagem nesta instituição;

Aos meus alunos, que escutaram com atenção e interesse, tantas vezes, sobre minha pesquisa.

A todos os professores e colegas do Grupo de pesquisa sobre Pragmática (inter) linguística, cross-cultural e intercultural, pelas discussões e ensinamentos;

Ao meu querido irmão, Felipe, pelo exemplo que sempre representou pra mim e também pela paciência, interesse e disposição em discutir meu trabalho;

A todos os queridos amigos: Fábio(s), Isabel, Vanessa, Gisele e tantos outros que discutiram sobre meu trabalho e sobre as angustias durante a caminhada na Pós-graduação;

À Gisele, agradeço especialmente, pela leitura e revisão atenta e competente do meu estudo;

Ao Nino, meu amor, pelo carinho de sempre, pela compreensão, pelo amor, pela paciência e pelo companheirismo durante todos estes anos, mas, principalmente, pela valiosa ajuda na construção dos gráficos deste trabalho.

RESUMO

Este estudo trata da manifestação da cortesia verbal nas interações feitas por *e-mail* dentro de ambientes empresariais espanhóis e brasileiros. Buscamos, por meio da análise quantitativa de um *corpus* composto por correios eletrônicos em Português e em Espanhol, diferenças e/ou semelhanças entre as duas línguas e culturas na forma de comunicar-se por este meio. Em primeiro lugar, discutimos conceitos básicos sobre o gênero discursivo de nosso *corpus* e, em seguida, passamos às primeiras comparações entre as línguas a este respeito. Com base, principalmente, nos estudos da Pragmática sociocultural, autonomia/afiliação (Bravo, 1999) e atenuação (Briz, 1998), verificamos os pedidos emitidos por brasileiros e espanhóis. Buscamos, em nossas análises, encontrar diferenças e/ou semelhanças linguísticas e socioculturais no que diz respeito a estes atos de fala, traçando uma relação com os estudos da cortesia verbal. Verificamos também a frequência e função dos marcadores de atenuação nessas interações via *e-mail*. Nossos resultados demonstram algumas diferenças e semelhanças nas formas de interação dessas línguas. Parece haver uma valorização, por parte do Português do Brasil, de uma cortesia atenuadora, que visa a diminuir o grau de imposição de um pedido, evitando, desse modo, um possível desequilíbrio entre os interlocutores. O mesmo não ocorre no grupo de *e-mails* representantes do Espanhol peninsular. Percebemos que, ainda que sejam línguas semelhantes do ponto de vista estrutural, existem diferenças pragmáticas durante suas interações por *e-mail*.

Palavras-chave: *e-mail*. pedidos. cortesia. atenuação. português. espanhol.

ABSTRACT

This study is about the presence of linguistic politeness in Brazilian and Spanish corporate e-mails. Applying a quantitative research technique in a *corpus* composed by electronic mails in Brazilian Portuguese and Peninsular Spanish, we searched for differences and/or similarities between both languages and cultures in the way of communicating via e-mails. Firstly, we discussed basic concepts about the discursive genre we used as our *corpus*. Following, we compared both languages regarding those concepts. Based, mainly, on sociocultural pragmatics, autonomy/affiliation (Bravo, 1999), and attenuation (Briz, 1998) studies, we analyzed Brazilian and Spanish requests. We tried to identify linguistic and sociocultural contrasts and similarities in the way of communicating written requests. We also verified the frequency and role of attenuation marks within these e-mails. Our results demonstrated some variation and resemblance in how both languages communicate requests. It seems that there is an over appreciation from the Brazilian Portuguese side, for using attenuators, in order to diminish the degree of imposition of a request, and therefore avoiding a possible instability between the interlocutors. This preference does not occur among the Spanish e-mail group. We found out that, although they are similar languages, their pragmatic choices in e-mail interaction do not seem to coincide.

Key words: E-mails. requests. politeness. attenuation. portuguese. spanish.

RESUMEN

Este estudio trata de la manifestación de la cortesía verbal en las interacciones por *e-mail* dentro de ambientes empresariales españoles y brasileños. Buscamos, a través del análisis cuantitativo de un *corpus* compuesto por correos electrónicos en Portugués y Español, diferencias y/o similitudes entre las dos lenguas y culturas en la manera de comunicarse por este medio. En primer lugar, discutimos conceptos básicos acerca del género discursivo de nuestro *corpus* y, enseguida, pasamos a las primeras comparaciones entre las lenguas. Con base, especialmente, en los estudios de la Pragmática sociocultural, autonomía/afiliación (Bravo, 1999) y atenuación (Briz, 1998), verificamos los pedidos emitidos por brasileños y españoles. Examinamos, en nuestros análisis, las posibles diferencias y/o semejanzas lingüísticas y socioculturales en lo que toca a estos actos de habla, describiendo su relación con los estudios de la cortesía verbal. Verificamos, asimismo, la frecuencia y función de los marcadores de atenuación en dichas interacciones vía *e-mail*. Nuestros resultados demuestran algunas diferencias y similitudes en los modos de interacción de esas lenguas. Parece haber una valoración, por parte del Portugués de Brasil, de una cortesía atenuadora, que pretende disminuir el grado de imposición de un pedido, evitando, con ello, un posible desequilibrio entre los interlocutores. Lo mismo no ocurre en el grupo de *e-mails* representantes del Español. Percibimos que, aunque son lenguas semejantes bajo el punto de vista estructural, hay diferencias pragmáticas durante sus interacciones por *e-mail*.

Palabras-clave: *e-mail*. pedidos. cortesía. atenuación. portugués. español.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1 – Percentual do número de linhas nos <i>e-mails</i> enviados por brasileiros e espanhóis respectivamente	53
Gráfico 2.2 – Comparação percentual das formas de abertura mais usadas em PB e em EP	54
Gráfico 2.3 – Comparação percentual das formas de fechamento em PB e EP	56
Gráfico 2.4 – Comparação percentual entre as formas de tratamento em PB e EP	59
Gráfico 3.1 – Percentual de <i>e-mails</i> que apresentam pelo menos um ato diretivo em PB e em EP, respectivamente.....	65
Gráfico 3.2 – Comparação percentual entre as formas de pedir mais recorrentes em PB e em EP	68
Gráfico 3.3 – Comparação percentual de recorrência de atenuação nos atos diretivos em PB e em EP	82
Gráfico 3.4 – Comparação percentual das formas de atenuação mais usadas em PB e em EP	84
Gráfico 3.5 – Comparação percentual das formas de atenuação que expressam autonomia ou afiliação em PB e em EP.....	93
Gráfico 3.6 – Comparação percentual de agradecimentos nos <i>e-mails</i> em PB e em EP	100

Gráfico 3.7 – Comparação percentual das formas e estruturas de agradecimentos mais utilizadas em PB e em EP	100
Gráfico 3.8 – Comparação percentual de situações de agradecimento em Português e em Espanhol, respectivamente: após um pedido, após uma ação geradora e somente como fechamento	106

Sumário

I. INTRODUÇÃO	1
II. ORIGENS DA ESCOLHA DO TEMA	1
III. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS	3
IV. HIPÓTESES INICIAIS	4
V. ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA	5
CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
INTRODUÇÃO	8
1.1 A Pragmática linguística	8
1.2 As máximas conversacionais de Grice	10
1.3 A questão da face	12
1.4 Estudos sobre a cortesia verbal	15
1.5 Os atos de fala	18
<u>1.5.1 Os atos de fala diretivos</u>	<u>20</u>
<u>1.5.1.1 Diferença entre os atos de fala diretivos diretos e indiretos</u>	<u>21</u>
<u>1.5.2 As estruturas e formas de pedir usadas em atos diretivos impositivos</u>	<u>26</u>
<u>1.5.2.1 O uso do imperativo</u>	<u>27</u>
<u>1.5.2.2 Além do imperativo: outras formas de pedir</u>	<u>29</u>
1.6 O papel da atenuação nos atos diretivos	31
<u>1.6.1 Tipos de atenuação</u>	<u>34</u>
1.7 A variação cultural e a cortesia	37
CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	40
INTRODUÇÃO	40
2.1 Descrição do <i>corpus</i> selecionado	41
2.2 O <i>e-mail</i>: novo gênero discursivo e suas características	43
<u>2.2.1 Diferenças entre o <i>e-mail</i> e a carta comercial</u>	<u>47</u>
2.3 Primeiras observações do <i>corpus</i>	51
<u>2.3.1 A questão da brevidade nos <i>e-mails</i></u>	<u>52</u>
<u>2.3.2 O uso dos elementos paratextuais em <i>e-mails empresariais</i></u>	<u>53</u>
<u>2.3.3 As formas de tratamento nos <i>e-mails empresariais</i></u>	<u>57</u>
2.4 Primeiras conclusões	61

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS	63
INTRODUÇÃO	63
3.1 Os atos diretivos em <i>e-mails</i> empresariais: análise comparativa dos dados	64
3.2 Os atos diretivos e os marcadores de atenuação	81
<u>3.2.1 Os atenuantes e a expressão de afiliação e autonomia</u>	91
3.3 A importância dos agradecimentos nos pedidos formulados em PB	97
3.4 Primeiras conclusões	107
CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121
ANEXOS – TRANSCRIÇÃO DOS <i>E-MAILS</i>	126
PORTUGUÊS	126
ESPAÑHOL	161

I. INTRODUÇÃO

É cada vez mais corrente, na atualidade, a relação comercial entre pessoas de diferentes nacionalidades. Com o surgimento do *e-mail*, forma de comunicação recente e já difundida entre empresas, surgiram também novas formas de comunicar-se. Entendemos que diferentes culturas comunicam-se de maneira diversa; à vista disso, esta pesquisa visa a analisar interações corporativas via *e-mail*, buscando diferenças ou semelhanças linguísticas e socioculturais entre duas línguas e culturas: o Português do Brasil (doravante PB) e o Espanhol peninsular (doravante EP).

Pretendemos, a partir dos próximos parágrafos, esclarecer alguns pontos pertinentes para o entendimento deste estudo. Trataremos da origem e justificativa da escolha do tema, de nossos objetivos e das hipóteses iniciais das quais partimos para analisar nossos dados. Explicitaremos, além disso, a forma de organização deste trabalho.

II. ORIGENS DA ESCOLHA DO TEMA

O interesse pelo objeto desta pesquisa surgiu após cursar, em 2009, como aluna especial, a disciplina sobre estudos da cortesia¹ verbal “*O espanhol coloquial: as interações verbais e as manifestações de (des) cortesia*”, ministrada pela Professora Dra. María Zulma Moriondo Kulikowski, da área de Língua Espanhola e Literaturas Espanhola e Hispano-americana da Faculdade de Letras da

¹ Sabemos que nos estudos sobre a cortesia verbal em Português, o termo *polidez* é, muitas vezes, o mais utilizado. No entanto, optamos por empregar somente o termo *cortesia* ao longo deste trabalho, por ser este o único termo utilizado em Espanhol e para facilitar, desse modo, a leitura.

Universidade de São Paulo. Como forma de avaliação para esta disciplina foi realizado um trabalho acadêmico, o qual teve como objetivo principal a análise da (des) cortesia nos pedidos e ordens emitidos pela protagonista de um filme espanhol, nas relações com as pessoas de seu entorno social.

Após notar peculiaridades relevantes entre os atos de fala analisados nesse trabalho e os atos de fala do PB, interessamo-nos por dar continuidade à pesquisa, aprofundar-nos neste tema e comparar as duas línguas utilizando, porém, um *corpus* mais amplo e em um âmbito diferente do já estudado no trabalho final desse curso.

Esse estudo proporcionou um conhecimento inicial das principais bases teóricas que compõem esta pesquisa. A partir de sua reflexão, emergiu o interesse sobre as manifestações de (des) cortesia verbal presentes no EP e, sobretudo, em seus contrastes e/ou semelhanças com o PB.

A escolha do *corpus* desta investigação – *e-mails* veiculados dentro de empresas –, por sua vez, está relacionada com nosso contato com pessoas da área empresarial. As leituras teóricas sobre o tema, juntamente com conversas informais, passaram a aguçar nossa indagação sobre como funcionariam essas estratégias de interação, dentro de um âmbito empresarial. Quais seriam estas manifestações ou como elas ocorreriam em um gênero considerado ainda recente, que não possui suas características completamente definidas nos dias de hoje? Além disso, seriam as estratégias de cortesia, os trabalhos de imagem e os atenuadores usados nas mesmas circunstâncias em *e-mails* corporativos escritos por brasileiros e espanhóis? Estas são algumas das questões que nos pareceram relevantes para os estudos comparativos da Pragmática Linguística e que pretendemos investigar com esta pesquisa.

III. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

Nosso propósito é contribuir com os estudos linguísticos das interações verbais via *e-mail* no âmbito empresarial.

O objetivo geral desta pesquisa é verificar como se manifesta a (des) cortesia verbal nas interações por *e-mails* corporativos de espanhóis e brasileiros. Examinaremos as formas de comunicação por meio da análise das estruturas linguísticas encontradas nos dois grupos e, a partir dos dados obtidos, tentaremos encontrar diferenças ou semelhanças linguísticas e socioculturais entre o PB e o EP.

Apresentamos nossos objetivos específicos a seguir:

- Interessa-nos, especificamente, o funcionamento de ordens ou pedidos veiculados nestes *e-mails*. Pretendemos verificar quais são as estruturas linguísticas utilizadas com maior ou menor frequência pelos participantes de ambas as línguas ao formular estes atos de fala.
- Está, igualmente, entre nossos propósitos específicos analisar o uso dos atenuantes nos pedidos emitidos pelos grupos. Nossa expectativa é encontrar pistas em nossos dados que indiquem qual a principal função dos marcadores de atenuação em PB e em EP, além de verificar qual sua relação com o fenômeno da cortesia. Por meio da comparação dos dados, pretendemos averiguar, como mencionamos anteriormente, não somente diferenças linguísticas, como também possíveis variações socioculturais entre os dois grupos.
- Além disso, é nosso propósito analisar e comparar as atividades de autonomia e afiliação. Buscaremos, da mesma maneira,

formas e estruturas linguísticas que expressem essas atividades e, por meio da comparação dos dados entre os grupos, verificaremos qual delas é a mais valorizada em cada grupo e, até mesmo, no próprio meio empresarial.

IV. HIPÓTESES INICIAIS

Com base em estudos anteriores² sobre a manifestação da cortesia no EP e no PB, partimos da hipótese inicial de que no grupo de *e-mails* representantes do PB – se comparado com os representantes do EP – encontraríamos um maior número de pedidos emitidos de forma indireta, portanto, com um menor uso do tempo verbal imperativo e uma maior recorrência de formas indiretas de pedir, com tempos verbais como o condicional/ futuro do pretérito, imperfeito e outras formas que veremos ao longo de nosso trabalho.

Pensamos encontrar, igualmente, comparando os dois grupos, um maior número de marcadores de atenuação em pedidos formulados em PB, visto que partimos da hipótese de que este grupo tende a ser mais indireto ao formular seus pedidos. Por meio da comparação do uso de atenuantes, pretendemos averiguar, como mencionamos anteriormente, diferenças linguísticas e possíveis variações socioculturais entre o PB e o EP.

No que toca às atividades de autonomia ou afiliação, com base em estudos já mencionados, pensamos encontrar uma maior quantidade de atos que expressem afiliação no grupo dos brasileiros, ou seja, no grupo representante do PB.

² ANDRADE (2010), ALMEIDA; et. al. (2008), LIMA (2012) e SERRANI-INFANTE (1994/2001) são alguns estudos sobre o PB. BRIZ (2002), CURCÓ, DE FINA (2002) e HAVERKATE (2002) são alguns estudos sobre o EP.

Após tratar de nossos objetivos com a presente pesquisa, discorreremos, no próximo item, sobre a organização de nosso trabalho; explicitaremos a finalidade dos três capítulos que compõem esta dissertação, além de outras informações que julgamos pertinentes para o entendimento do percurso deste estudo.

V. ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA

Organizamos nossa pesquisa em três capítulos principais. Explicitaremos, nos parágrafos que seguem, como planejamos cada capítulo e qual nosso propósito em cada um deles.

Pretendemos expor, no primeiro capítulo, um percurso histórico sobre os estudos teóricos nos quais nos baseamos para tratar do tema proposto. Dessa forma, passamos pelo significado e a relevância dos estudos pragmático-linguísticos, apresentamos as idéias principais que influenciaram o surgimento dos estudos da Cortesia, de Brown e Levinson (1978): o Princípio de Cooperação, de Grice (1991), os estudos sobre as faces, de Goffman (1970) e os estudos de Austin (1962) e Searle (1969) sobre os atos de fala. Explicitamos, ademais, as posteriores críticas sobre a teoria de Brown e Levinson, além de discorrer acerca de estudos mais recentes relacionados à importância dos marcadores de atenuação em formas de pedir ou dar ordens. Concluímos este capítulo mostrando a relevância dos estudos sobre as variações culturais em análises linguísticas.

Nosso segundo capítulo visa a esclarecer todas as particularidades do *corpus* utilizado nesta pesquisa. Iniciamos com a descrição das características do *corpus* escolhido: a quantidade de *e-mails* coletada, as características dos participantes, das empresas, etc. Na segunda parte deste capítulo, revisamos alguns estudos e

conceitos sobre o *e-mail* – gênero discursivo – considerando, não apenas sua definição como gênero, mas também quais são os pontos que o diferem e o assemelham do antigo meio de comunicação empresarial – a carta comercial.

Apresentamos, no mesmo capítulo, uma primeira comparação entre os dois grupos, com respeito às características do gênero *e-mail*; citamos, já nessa seção, algumas amostras dos dados coletados em nosso *corpus* e, fazemos, a partir dos dados encontrados, nossas primeiras considerações sobre o tema.

Parece-nos relevante esclarecer que, a fim de manter o anonimato dos participantes e, igualmente, para facilitar a leitura, optamos por transcrever e digitalizar todos os *e-mails* de nosso *corpus*. Procuramos, desse modo, manter todas as características relevantes ao gênero, desde sua forma particular às estruturas e traços peculiares do discurso via *e-mail*. Todas as informações sobre a identidade das empresas, dos participantes e outros possíveis dados que pudessem revelar a identidade dos envolvidos foram eliminados.

Após as primeiras considerações e reflexões sobre nosso *corpus*, especialmente, no que diz respeito ao gênero escolhido, passamos ao terceiro capítulo. Neste, nosso objetivo é apresentar e comentar os resultados da análise dos dados.

Em primeiro lugar, realizamos uma contagem de todas as formas de pedir ou mandar encontradas nos *e-mails*. Então, passamos a verificar quais as formas e estruturas de pedir são as mais frequentes em cada um dos dois grupos, procurando relacioná-las com os estudos sobre a cortesia. Constatamos, nesse ponto, algumas diferenças relevantes entre o PB e o EP.

Para continuar, averiguamos também a quantidade de atos diretivos que contém, ao menos, uma forma de atenuação em sua estrutura e, igualmente, nos surpreendemos com os resultados obtidos. Após a contagem e reflexão sobre o uso dos atenuantes, examinamos, entre esses marcadores de atenuação, quais possuíam a função de expressar autonomia e afiliação. Da mesma forma, julgamos pertinentes os resultados encontrados sobre este tema para nossas reflexões posteriores.

Durante nossas análises, chamou-nos a atenção o papel dos agradecimentos nos pedidos emitidos em PB. Em princípio, este tema não se encontrava dentro do escopo de nossos objetivos, porém, as diferenças encontradas quando feita a comparação dos dados, pareceram-nos tão relevantes que optamos por tratar deste tema diretamente no Capítulo três, dedicado às análises.

Por fim, em nossas Considerações Finais apresentamos uma breve reflexão sobre os dados obtidos e sua comparação e, à luz das teorias anteriormente apresentadas no Capítulo um e de outros estudos que julgamos necessários, evidenciamos nossas conclusões finais.

Ao final deste trabalho encontram-se as Referências Bibliográficas e os Anexos, com a transcrição integral dos *e-mails* utilizados em nossas análises, em PB e em EP, respectivamente.

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

INTRODUÇÃO

Nosso objetivo, neste primeiro capítulo, é descrever e refletir sobre os principais conceitos e bases teóricas, nos quais nos fundamentamos para realizar nossas análises e reflexões.

1.1 A Pragmática linguística

Os estudos sobre a cortesia enquadram-se dentro da área da Pragmática Linguística, que é uma área relativamente recente dentro dos estudos linguísticos; começou no fim da década de 1960, com base em algumas teorias da Filosofia da linguagem, como os estudos sobre os atos de fala, dos quais trataremos mais adiante.

Levinson (2007) define Pragmática como o estudo do uso da língua, ou seja, é o estudo da linguagem a partir de uma perspectiva funcional. Segundo o estudioso, o interesse desta área está na inter-relação da estrutura da língua e dos princípios do uso linguístico.

Conforme o mesmo pesquisador, a Pragmática “abrange tanto aspectos da estrutura linguística que dependem do contexto, quanto princípios do uso e da compreensão da língua, que têm pouca ou nenhuma relação com sua estrutura linguística” (LEVINSON, 2007, p. 10).

Escandell Vidal, a respeito da necessidade dos estudos pragmáticos, afirma:

La distancia que existe a veces entre lo que literalmente se dice y lo que realmente se quiere decir, la adecuación de las secuencias gramaticales al contexto y a la situación, o la asignación correcta de referente como paso

previo para la comprensión total de los enunciados son tres tipos de fenómenos que escapan a una caracterización precisa en términos gramaticales (1996, p. 24)³.

Uma perspectiva pragmática proporciona uma visão mais completa e eficaz de estudos gramaticais, além de apresentar um olhar mais preciso da complexa realidade linguística (ESCANDELL VIDAL, 1996, p. 25).

Entre os estudos pragmáticos, a implicatura conversacional pode representar um dos conceitos mais relevantes, pois, por meio desta, pode-se entender como é possível, na língua, querer dizer mais do que efetivamente é dito (LEVINSON, 2007, p. 121). Reyes (1994, p. 62) define a implicatura conversacional como uma dimensão pragmática que não faz parte do sentido literal de um enunciado, é produzida por meio de uma combinação deste com o contexto no qual é emitido.

As idéias centrais sobre a implicatura foram iniciadas por Grice (1991), que desenvolveu uma teoria a qual se baseava na tendência que as pessoas possuíam a apegar-se a determinados princípios racionais de comunicação durante suas interações e que, por isso, buscavam cooperar entre si para fazer compreensíveis suas intenções comunicativas (CURCÓ; DE FINA, 2002).

Este princípio, chamado pelo estudioso de Princípio de Cooperação, baseava-se em algumas máximas conversacionais, cujos objetivos eram, essencialmente, preservar a clareza e a boa comunicação entre os falantes.

³ A distância que existe muitas vezes entre o que literalmente dizemos e aquilo que realmente queremos dizer, a adequação das sequências gramaticais ao contexto e à situação, ou atribuição correta de referente como passo prévio para a compreensão total dos enunciados são três tipos de fenômenos que escapam de uma caracterização precisa em termos gramaticais (1996, p. 24). (tradução nossa).

Nosso propósito, na próxima seção, será explicitar as categorias e as máximas conversacionais do Princípio de Cooperação de Grice e relacioná-las com os estudos sobre a cortesia, iniciados por Brown e Levinson (1978).

1.2 As máximas conversacionais de Grice

Grice, ao desenvolver seu conceito sobre as implicaturas, afirma que nossas trocas conversacionais normalmente não estão baseadas somente em uma sucessão de enunciados desconexos. Elas são, até certo ponto, esforços cooperativos, nos quais cada participante reconhece um propósito comum ou um conjunto de propósitos para cada interação. Esta linha pode ser fixada a partir do início de uma troca ou pode evoluir durante a mesma interação. Desse modo, podemos formular, segundo o pesquisador, um princípio geral, o qual os participantes levam em conta⁴ (1975, p. 26) durante suas interações comunicativas: o Princípio de Cooperação.

O estudioso afirma, acerca desse princípio, que podemos distinguir quatro categorias nas quais incorrem certas máximas ou submáximas mais específicas. Tais categorias são: Quantidade, Qualidade, Relação e Maneira.

A primeira categoria baseia-se na quantidade de informação fornecida e depende das seguintes máximas:

⁴ *Our talk exchanges do not normally consist of a succession of disconnected remarks, and would not be rational if they did. They are characteristically, to some degree at least, cooperative efforts, and each participant recognizes in them, to some extent, a common purpose or set of purposes, or at least a mutually accepted direction. This purpose or direction may be fixed from the start or it may evolve during the exchange, it may be fairly definite, or it may be so indefinite as to leave very considerable latitude to the participants. But at each stage, some possible conversational moves would be excluded as conversationally unsuitable. We might then formulate a rough general principle which participants will be expected to observe (GRICE, 1991, p. 26).*

a) Faça sua contribuição tão informativa quanto for necessário (para os efeitos atuais desta interação);

b) Não faça sua contribuição mais informativa do que o necessário.

À segunda categoria – Qualidade – compete a supermáxima: “Tente fazer com que sua contribuição seja verdadeira” e sobre ela incidem duas máximas:

a) Não diga o que você pensa ser falso;

b) Não diga algo se você não tem evidências suficientes.

Com respeito à categoria de Relação, Grice propõe somente uma máxima: “Seja relevante”. E, por fim, a categoria de Maneira refere-se não ao conteúdo de uma proposição, mas a como dizer o que se tem a dizer e, a ela, o pesquisador incorpora uma supermáxima – “Seja claro, compreensível” – e quatro submáximas:

a) Evite a obscuridade da expressão;

b) Evite a ambiguidade;

c) Seja breve (evite a prolixidade desnecessária);

d) Seja ordenado (GRICE, 1991, p. 26-27).

A partir desses estudos de Grice – e também das contribuições do sociólogo Goffman (1967), com respeito aos estudos da face – Brown e Levinson (1978) perceberam que, muitas vezes, os falantes tinham que infringir algumas dessas máximas conversacionais e que o faziam porque viam a necessidade de ser cortês com seu interlocutor, de proteger a sua face e a face do outro, a fim de evitar um possível conflito durante uma interação.

O propósito da Seção 1.3 será, portanto, abordar o conceito de face proposto por Goffman (1967), a ampliação deste conceito desenvolvida por Brown e Levinson (1978) e seus posteriores estudos críticos para que possamos, à luz dessas teorias, refletir sobre a relevância deste tema em nossas análises.

1.3 A questão da face

Brown e Levinson (1978) constataram que a (des) cortesia está relacionada com as máximas conversacionais de Grice (1991), mas também com a questão da “face” proposta por Goffman (1967). Segundo os pesquisadores, desrespeitaremos o Princípio de Cooperação e suas máximas conversacionais com o propósito de ser cortês com meu interlocutor e seremos mais ou menos corteses, conforme nossas relações de distância e poder, dependendo, essencialmente, de quão ameaçada possamos ver nossa própria face e a do outro durante determinada interação.

Goffman, ao longo de seu estudo sobre a interação, afirma que vivemos em um mundo de encontros sociais e nos comprometemos constantemente em encontros cara a cara ou mediados. Em cada um destes contatos somos representados pelo que o autor chama de linha, ou seja, um esquema de atos verbais ou não verbais, por meio dos quais podemos expressar nosso ponto de vista sobre determinada circunstância e também nossa avaliação dos outros participantes e de nós mesmos (1967, p. 13). Assim sendo, o termo face foi definido pelo autor como:

*el valor social positivo que una persona reclama efectivamente para sí por medio de la línea que los otros suponen que ha seguido durante determinado contacto. La cara es la imagen de la persona delineada en términos de atributos sociales aprobados*⁵ (1967, p. 13).

Posteriormente, Brown e Levinson ampliaram este conceito e criaram os termos “face positiva” e “face negativa”. O primeiro refere-se à imagem que um indivíduo quer passar à sociedade no desejo de que esta seja considerada e

⁵ O valor social positivo que uma pessoa reclama efetivamente para si, por meio da linha que outros supõem que ela seguiu durante um contato determinado. A face é a imagem desta pessoa delineada em termos de atributos sociais aprovados. (tradução nossa).

reforçada. A “face negativa”, por sua vez, seria o desejo que tem este sujeito de não ser contrariado; de não ver seus atos impedidos por outras pessoas (1978). A violação destes desejos levaria sempre a um desentendimento, a um conflito. A fim de evitar este desequilíbrio é que seria necessário que se desconsiderassem as máximas conversacionais: com o intuito de ser cortês com o outro, preservando, além disso, as faces positiva e negativa do seu interlocutor e de si próprio.

Bravo (2002), entretanto, discorre sobre uma série de críticas que esta teoria de Brown e Levinson recebeu. Estas críticas baseiam-se, principalmente, no que diz respeito à universalidade dos conceitos. Para esta e outros pesquisadores, Brown e Levinson não consideraram o fato de que os atos que podem representar ameaças a imagens, ou, até mesmo, as próprias estratégias de cortesia e conceitos de face negativa e positiva podem variar de acordo com as diferentes línguas, culturas e sociedades.

A respeito dos estudos sobre as faces, Bravo propõe, então, as noções de autonomia e afiliação. Para ela, a primeira corresponde

*a la percepción que tiene un individuo de sí mismo y la percepción que los demás dentro del grupo tienen de él como alguien diferente, es decir, con contorno propio. A esta noción contraponen la de afiliación que sería la de percibirse y ser percibido por los demás como parte del grupo*⁶ (2002, p.14-15).

⁶ À percepção que um indivíduo tem de si mesmo e à percepção que os outros dentro do grupo têm dele como alguém diferente, ou seja, um indivíduo com contorno próprio. A esta noção contrapõe-se a noção de afiliação que seria a de perceber-se e ser percebido pelos outros como uma parte do grupo (2002, p.14-15). (tradução nossa).

O que difere das teorias de Brown e Levinson é, sobretudo, que “são categorias vazias que deverão ser preenchidas segundo os diferentes contextos socioculturais” (BRAVO, 2002, p. 15).

Parece-nos pertinente, da mesma forma, citar as contribuições de Haverkate (1994) para refletir sobre os estudos das faces dentro da cortesia. O estudioso afirma que, para evitar que se instale esse conflito, os falantes buscam sempre um equilíbrio e tentam proteger sua própria face ao mesmo tempo que protegem a do outro.

Conforme este estudioso:

[...] lo normal es que al desarrollar estrategias de cortesía, los interactantes partan de la interpretación más desfavorable de sus actos. Sugerir, por ejemplo, que el interlocutor está equivocado o mal informado puede implicar que es incompetente o ignorante. Para excluir tal interpretación las aserciones en cuestión suelen hacerse de un modo mitigado⁷ (1994, p. 19).

Nesta dissertação, pretendemos trabalhar, principalmente, com as terminologias de Bravo (2002), pois como são categorias consideradas vazias e passíveis de serem preenchidas segundo diferentes contextos e situações sociais, buscaremos informações em nosso *corpus* que nos permitam defini-las e preenchê-las dentro das características particulares do *corpus* desta pesquisa e buscaremos diferenças ou semelhanças nas duas línguas e culturas analisadas.

A partir da Seção 1.4, por fim, abordaremos o estudo da cortesia verbal. Para isso, trataremos dos estudos iniciais de Brown e Levinson, da relação da cortesia

⁷ [...] O normal é que, ao desenvolver estratégias de cortesia, os participantes de uma interação partam da interpretação mais desfavorável de seus atos. Sugerir, por exemplo, que o interlocutor está equivocado ou mal informado pode implicar que ele é incompetente ou ignorante. Para excluir esta interpretação as asserções em questão costumam ser feitas de um modo suavizado. (tradução nossa.)

com o Princípio de Cooperação de Grice e com o estudo das faces de Goffman e também de posteriores críticas sobre alguns conceitos desses pesquisadores relacionados à cortesia.

1.4 Estudos sobre a cortesia verbal

Brown e Levinson (1978) constataram que algumas das máximas conversacionais de Grice não eram levadas em consideração pelos falantes quando havia uma necessidade de ser cortês com um interlocutor. Os estudiosos, então, criaram um esquema, no qual explicam, por meio de uma fórmula, como funcionaria e quais seriam os fatores essenciais da cortesia durante as interações. A fórmula explica que o emprego de um maior ou menor grau de cortesia dependeria da combinação de três elementos para concretizar-se: o grau de intimidade existente entre o falante e o ouvinte, as diferenças de poder entre ambos e o grau de ameaça ou imposição do conteúdo da conversação, conforme a fórmula a seguir:

$$W = D(S, H) + P(H, S) + R$$

Em que W corresponde ao peso do ato de fala como uma ameaça à imagem do interlocutor, D é a distancia social existente entre o falante (S) e o ouvinte (H), P equivale ao poder que o ouvinte tem sobre o falante e, finalmente, R representa o grau de imposição do ato de fala em questão. Segundo os mesmos pesquisadores, esta fórmula funcionaria de modo universal em todas as sociedades.

O caráter universal da teoria foi bastante criticado por pesquisadores posteriormente – Kerbrat Orecchioni (2004) e Bravo (1999) são alguns estudos –, já que muitos afirmaram que seria bastante difícil que houvesse universalidade a

respeito da cortesia, uma vez que algo que pode ser considerado descortês em determinada cultura pode não o ser na outra.

Os estudos de Kerbrat-Orecchioni (2004), por exemplo, apontam que por um lado a cortesia é universal, pois todas as sociedades humanas possuem comportamentos que permitem manter um mínimo de harmonia entre os interlocutores, porém, ao mesmo tempo, a cortesia não seria universal, porque os comportamentos variam de um grupo a outro.

Uma visão que nos parece relevante dentro desses estudos é a de Haverkate (1994). Este estudioso procura a definição etimológica da palavra cortesia, a qual nos remete à vida da corte. Isso, segundo o autor, é um traço importante, dado que a partir daí foram criadas as etiquetas e os bons modos. O pesquisador também critica a universalidade nos estudos sobre a cortesia: *“es bien sabido que existe una serie de diferencias interculturales en lo que respecta no sólo a la manifestación formal, sino también a la función interactiva de las normas vigentes en cada cultura específica”* (1994, p. 12).

Bravo (2005), igualmente, possui sua definição de cortesia e a insere dentro dos estudos da Pragmática Sociocultural, que tem por objetivo incorporar um enfoque que considere o contexto do usuário, porém sempre a partir da ótica da linguagem. Bravo define a cortesia como:

una actividad comunicativa cuya finalidad propia es quedar bien con el otro y que responde a normas y a códigos sociales que se suponen en conocimiento de los hablantes. Este tipo de actividad en todos los contextos

⁸ Sabemos que há uma série de diferenças interculturais no que diz respeito não somente à manifestação formal, mas também à função interativa das normas vigentes em cada cultura específica. (tradução nossa).

*considera el beneficio del interlocutor. El efecto que esta actividad tiene en la interacción es interpersonalmente positivo*⁹ (2005, p. 33-34).

A Pragmática Sociocultural salienta a importância das relações da linguagem com a sociedade, pois, conforme a mesma estudiosa (2004, p. 8):

*Se considera que el/la hablante de una lengua está provisto/a de recursos interpretativos que provienen de su entorno social y de sus experiencias comunicativas previas, los cuales parcialmente comparte con otras personas (grupo) y parcialmente no comparte con esas mismas personas (individuo)*¹⁰.

Ainda de acordo com Bravo (2004), se considerarmos a cortesia um fenômeno sociocultural, devemos admitir que se compartilham conhecimentos sobre conteúdos socioculturais implícitos.

Este é o enfoque que pretendemos adotar ao longo desta pesquisa. Nosso objetivo, portanto, será analisar as formas e estruturas linguísticas existentes em dois grupos diferentes durante suas interações via *e-mail* e, a partir dos dados obtidos, tentaremos encontrar diferenças ou semelhanças socioculturais entre o PB e o EP.

Verificaremos, dessa forma, o funcionamento da cortesia nos pedidos – atos de fala diretivos – usados pelos dois grupos que compõem nosso *corpus*. É necessário, portanto, em nossa próxima seção, uma reflexão sobre o conceito dos

⁹ Uma atividade comunicativa cuja finalidade é “ficar bem com o outro” e a qual responde a normas e a códigos sociais que se supõem de conhecimento dos falantes. Este tipo de atividade considera, em todos os contextos, o benefício do interlocutor; seu efeito é interpessoalmente positivo (BRAVO, 2005, p. 33-34). (tradução nossa).

¹⁰ Consideramos que um falante de uma língua está provido de recursos interpretativos que resultam de seu entorno social e de suas experiências comunicativas prévias, os quais ele parcialmente compartilha com outras pessoas (grupo) e parcialmente não compartilha com essas mesmas pessoas (indivíduo)¹⁰.

atos de fala, para em seguida, refletir especificamente sobre os atos de fala diretivos e sua relação com a cortesia.

1.5 Os atos de fala

A teoria dos atos de fala foi proposta, inicialmente, pelo filósofo da linguagem Austin (1962) e, mais tarde, desenvolvida por Searle (1969). De acordo com esta teoria, um ato de fala é todo tipo de ação que podemos fazer por meio da língua; é a unidade mínima da comunicação. Com os atos de fala podemos fazer coisas. Assim, podemos defini-los como qualquer ação que fazemos por meio da língua que falamos. Uma promessa pode ser um bom exemplo, pois ao emitir o verbo “prometo”, um falante ao mesmo tempo enuncia a palavra e também realiza a ação de prometer. São considerados outros exemplos um agradecimento, um pedido de desculpas, uma ordem, um pedido, felicitações (BRAVO; PLACENCIA, 2002).

Após apresentar a taxonomia dos atos de fala de Austin (1962), composta por cinco categorias (atos vereditivos, exercitativos, compromissivos, expositivos, comportativos), Searle propõe uma taxonomia alternativa à inicial, pois esta lhe parece deficiente, sobretudo, no que se refere ao princípio de classificação. Ademais, Searle ressalta que há uma confusão entre verbos e atos nestas categorias, além da sobreposição entre algumas delas. O pesquisador propõe, desse modo, uma nova classificação de atos ilocucionários, como uma tentativa de resolver os problemas da taxonomia de Austin.

Nesta nova proposta, Searle classifica os atos de fala em:

a) Assertivos: são atos nos quais o falante se compromete com a verdade da proposição que expressa. Estes podem ser classificados em verdadeiros ou falsos.

Exemplos de verbos que expressam atos assertivos podem ser: concluir, reclamar, deduzir, acreditar.

b) Diretivos: trata-se de atos cujo objetivo é levar o ouvinte a realizar determinada ação. Exemplos de verbos que expressam atos diretivos são pedir, convidar, mandar, aconselhar, permitir.

c) Compromissivos: são aqueles nos quais o próprio falante se compromete a realizar determinada ação. Uma promessa é um bom exemplo de um ato compromissivo.

d) Expressivos: os atos expressivos, segundo Searle, têm como principal propósito expressar um estado psicológico; agradecer, parabenizar e desculpar-se pertencem a esta categoria.

e) Declarações: as declarações produzem uma alteração no mundo real após sua emissão. É importante levar em consideração que quem emite um ato declarativo deve ter condições para realizá-lo, do contrário, este não tem validade.

Conforme já aclaramos em parágrafos anteriores, em nossa pesquisa nosso foco são, entre os atos de fala diretivos, os pedidos ou ordens e, posteriormente, dentro dos atos expressivos, os agradecimentos.

Parece-nos relevante ressaltar que a teoria “atos de fala”, apesar do nome, também é utilizada e aplicada para representações escritas, pois, por meio de palavras escritas que representam nossa fala podemos, da mesma maneira, realizar uma ação. Os meios eletrônicos – nosso objeto de análise – permitiram um encurtamento ainda maior entre a fala e a escrita, aproximando as duas formas, ainda que a diferença no canal de comunicação se mantenha.

Definidos os conceitos sobre os atos de fala, na Seção 1.5.1, seguinte, passaremos a tratar especificamente dos atos diretivos. Verificaremos, sobretudo, quais os possíveis tipos de atos diretivos, as formas diretas e indiretas existentes, além de algumas formas e estruturas linguísticas usadas para expressá-los. Ressaltaremos, da mesma maneira, a importância destes atos nos estudos de cortesia durante uma interação.

1.5.1 Os atos de fala diretivos

Conforme vimos na seção anterior, os atos de fala diretivos foram definidos por Searle como atos que visam a levar o ouvinte a realizar determinada ação (1969). Goffman (1967) os define como atos de fala que têm como objetivo pedir permissão ao interlocutor para infringir seus direitos.

Entre os estudos da cortesia, os atos diretivos ocupam um lugar central entre aqueles que ameaçam a face negativa ou a autonomia do interlocutor, uma vez que põe em cheque seu desejo de ter liberdade de ação, de dominar seu próprio território e de não sofrer imposições por parte dos demais.

Haverkate (1994) também contribuiu com os estudos dos atos diretivos e os divide em dois possíveis tipos:

1. **Impositivos:** atos que se fazem em benefício do falante, como um pedido, uma súplica ou ordens.
2. **Não impositivos:** aqueles que se expressam em benefício do ouvinte: um conselho, uma recomendação, instruções.

Interessa-nos, especificamente, o funcionamento de pedidos ou ordens em *e-mails* empresariais escritos em PB e em EP, portanto, nosso foco será o grupo dos atos diretivos impositivos.

A cortesia está diretamente relacionada aos estudos sobre atos diretivos, pois, ao escolher entre um pedido e uma ordem, ao expressar respeito ao interlocutor e, ainda, evitar que este se sinta ameaçado e colabore, o falante usará diversas estratégias de cortesia para conseguir que a ação desejada seja realizada, mas também a usará para impedir um possível conflito, a fim de evitar que sua face e igualmente a face de seu interlocutor seja ameaçada e, desta forma, sentir-se bem com o outro e realizar a comunicação.

Além de impositivos e não-impositivos, os atos diretivos podem ser expressos de forma direta ou indireta. Nossa próxima seção tratará da diferença entre os atos diretivos diretos e indiretos e de sua relação com os estudos sobre a cortesia verbal.

1.5.1.1 Diferença entre os atos de fala diretivos diretos e indiretos

Searle (2002, p. 50) afirma que em atos de fala indiretos, o falante transmite ao ouvinte mais do que realmente diz, contando com uma informação de base linguística e outra de base não linguística, a qual compartilharia com seu interlocutor, por meio de suas capacidades gerais de racionalidade e inferência.

Ao estudar sobre a distinção entre os atos diretivos, o primeiro questionamento de Haverkate (1994) foi quais os critérios deveriam ser levados em consideração ao classificar um ato de fala como direto ou indireto. Após fazer-se esta pergunta, o pesquisador revisa os principais enfoques sobre este tema¹¹, para,

¹¹ Gordon e Lackoff (1975), Grice (1991), Searle (1975) e Leech (1983).

em seguida, escolher a definição que prefere e a que usaremos em nossas análises: aquela que tem como base uma relação com a forma linguística e a função pragmática. Os **atos de fala diretos** são aqueles que estão marcados por uma **correlação entre estrutura sintática e objeto ilocutivo**; serão aqueles em que sua intenção comunicativa não passa por interpretações imprecisas.

No **ato diretivo direto**, o emissor da mensagem deve referir-se, obrigatoriamente, ao interlocutor, o tempo verbal não se refere ao futuro nem ao passado e o enunciado emitido não deixa dúvidas de que comunica a **disponibilidade do ouvinte de realizar uma ação**. Enunciados que usam a forma verbal imperativa ou aqueles que são feitos em forma de pergunta podem ser exemplos destes atos. A diferença entre essas duas formas está, conforme Haverkate (1994), no maior ou menor grau de cortesia. Ambas possuem, segundo o pesquisador, o objeto ilocutivo expresso de forma evidente e também a pessoa a qual o pedido vai dirigido; como não deixam dúvidas sobre o ato, o objeto ilocutivo e a pessoa a quem vai direcionado, são considerados, portanto, atos diretos.

Com respeito aos **atos diretivos indiretos**, Haverkate propõe um diagrama de quatro pontos, que vai do ato mais direto ao menos direto, colocando no primeiro ponto o ato de fala totalmente direto, conforme mencionamos acima, e no último, o **menos direto**, o qual corresponde a uma **oração sem qualquer indicação do conteúdo do ato exortado e tampouco sem uma marca de a quem vai dirigido**. Entre os dois pontos extremos deste diagrama estão, ainda, dois tipos de atos de fala. No **segundo ponto**, Haverkate situa as **orações que contém em sua estrutura a petição ou a ordem, porém não a quem é emitida**. E, finalmente, no

terceiro ponto do diagrama, temos um tipo de **ato de fala que não tem marcado nem o interlocutor nem o ato, somente seu objeto**:

Diagrama 1. Esquema de gradação dos atos diretivos diretos e indiretos de Haverkate (1994).

Podemos depreender de nosso *corpus* exemplos dos quatro tipos de atos diretivos descritos pelo pesquisador. Foi encontrado, no entanto, apenas no grupo de *e-mails* em PB, somente dois exemplos para um ato de fala indireto de nível quatro. Acreditamos que isso se deva ao fato de que em ambientes empresariais e, principalmente, em comunicação por *e-mails*, tudo deve estar muito claro, tendo em vista que se trabalha com prazos, datas, informações importantes; não se deve, portanto, deixar dúvidas neste tipo de interação.

Além dos conceitos de Haverkate (1994) também nos parece oportuno citar as contribuições de Blum-Kulka (1996) acerca dos atos diretivos. Conforme a pesquisadora, são atos diretivos todos aqueles atos de fala que pretendem mudar algo no comportamento dos outros, ou seja, que afetam de alguma maneira o comportamento dos demais: perguntar, pedir, dar ordens. Blum-Kulka afirma, ainda, que os **pedidos** podem variar segundo **quatro diferentes objetivos**: a) **ação**: para fazer que nosso destinatário atue de determinada maneira; b) para conseguir a **permissão** de realizar uma ação; c) para **obter objetos** ou bens; d) para conseguir o que a pesquisadora chama de **objetos verbais** – uma pergunta sobre determinada informação (BLUM-KULKA, 1996).

A estudiosa ressalta, ademais, que pedidos possuem um preço social, pois exigem algo do outro, podem apresentar um alto grau de exigência para o outro em muitos sentidos; por este motivo, é necessário fazer algo a respeito disso para minimizar ou compensar esta ameaça. Aí entraria o papel da cortesia: em lugar de dizer a meu interlocutor simplesmente que faça algo, posso expressar o mesmo ato de uma maneira menos ameaçadora, ou seja, mais cortês (BLUM-KULKA, 1996).

Emitir um ato de fala diretivo representa uma ameaça ao que Brown e Levinson denominam face negativa, a qual Blum-Kulka refere-se como prestígio negativo e Bravo dá o nome de autonomia, visto que, ao fazer um pedido ao meu interlocutor, estou dizendo-lhe que faça alguma coisa.

Segundo o mesmo estudo, podemos expressar dois tipos de cortesia ao emitir um ato diretivo impositivo, os quais Blum-Kulka chama de **cortesia de solidariedade** e **cortesia de deferência**, que corresponderiam às cortesias positiva e negativa, já estudadas por Brown e Levinson (1978) e Haverkate (1994). Podemos utilizar, portanto, segundo a pesquisadora, quatro opções para expressar nossos atos diretivos:

a) **Petições totalmente diretas**: São os pedidos ou ordens que se realizam sem nenhuma espécie de reparação ou atenuante. Neste tipo de ato diretivo, segundo Blum Kulka (1996), não se usa **nenhuma estratégia de cortesia**.

b) **Cortesia de solidariedade**: seria uma estratégia que suaviza de alguma maneira o pedido, mostrando ao outro uma forma de empatia, ou uma **tentativa de afiliação**, de acordo com os estudos de Bravo (1999). O uso de atenuadores pode ser um exemplo de cortesia de solidariedade.

c) **Cortesia de deferência**: são as estratégias que mostram algum tipo de deferência ao interlocutor, que tentam **respeitar sua autonomia**, como o uso de títulos honoríficos, o uso de um verbo no futuro do pretérito/condicional. Com esta estratégia demonstra-se ao interlocutor mais respeito a sua autonomia, valorizando, portanto, sua face negativa.

d) **Estratégias não-explicitas**: a quarta opção de se expressar um ato diretivo, segundo Blum-Kulka (1996) seria expressar um **ato indireto de nível quatro**, do diagrama de Haverkate, o qual podemos, até mesmo, negar que realizamos um pedido, pois utilizamos uma linguagem **tão indireta que podemos dizer que não tínhamos a intenção de pedir nada**.

A variação de uso das quatro opções de formas de pedir dependerá, segundo a mesma autora, dos três fatores sociais mencionados por Brown e Levinson (1978) em sua fórmula de uso da cortesia: a distância, o poder social e o nível de imposição do pedido.

Uma das formas usadas para expressar um ato diretivo de nível um ou um ato diretivo totalmente direto, conforme mencionamos, é o modo verbal imperativo, por ser um verbo que demarca presente e indica diretamente a quem estamos nos referindo. Portanto, ao longo do tema que desenvolveremos na próxima seção, faremos uma reflexão sobre as diferentes formas e estruturas usadas para emitir um pedido (o modo imperativo, os verbos no tempo condicional, futuro, etc), pensando em suas funções pragmáticas em PB e em EP dentro de um ato diretivo.

1.5.2 As estruturas e formas de pedir usadas em atos diretivos impositivos

Há, nas diferentes línguas e culturas, diversas formas de pedir e mandar. Sabemos que em cada língua e em cada cultura, as estruturas gramaticalizadas e os usos cotidianos da linguagem ritualizados socialmente são convencionados para expressar respeito, boas maneiras, conduta socialmente adequada. Com base nesses conceitos, Kulikowski (2006, p. 286) afirma ser indispensável, portanto, conhecer e interpretar estas convenções pois, além de completar a função informacional necessária para uma interação eficaz, estabelecem também um espaço no jogo de papéis que cada participante pretende preservar:

Este conocimiento se fundamenta en el concepto de imagen, constructo social compuesto por lo que somos, creemos que somos para nosotros y para los otros, y también por las actitudes y conductas que los otros proyectan de y para nosotros¹² (KULIKOWSKI, 2006, p. 286).

Haverkate afirma que um usuário socialmente competente da língua tem conhecimento de que escolher entre uma ordem ou um pedido para tentar influenciar as ações de seu interlocutor tem efeitos perlocutivos radicalmente diferentes:

si el hablante dirige un mandato al oyente sin que este le atribuya una posición de poder o autoridad, es probable que rechace la fuerza ilocutiva de la exhortación, aunque, en principio, pueda estar dispuesto a colaborar con su interlocutor¹³ (HAVERKATE, 1994, p. 149).

¹² Este conhecimento se fundamenta no conceito de imagem, constructo social composto pelo que somos, acreditamos que somos para nós e para os outros, e também pelas atitudes e condutas que os outros projetam de e para nós (KULIKOWSKI, 2006, p. 286). (tradução nossa).

¹³ Se o falante dirige uma ordem ao ouvinte, sem que este lhe atribua uma posição de poder ou autoridade, é provável que ele rejeite a força ilocutiva da exortação, ainda que, em princípio, possa estar disposta a colaborar com seu interlocutor. (tradução nossa).

É pertinente ressaltar, além disso, que ciente dessas condições, um usuário pragmaticamente competente preferirá usar um pedido a uma ordem, mesmo que tenha condições – posição de maior poder social, físico ou hierárquico – com respeito ao seu interlocutor (HAVERKATE, 1994). O efeito pretendido é sempre que o interlocutor não se sinta ameaçado e se sinta disposto e convidado a colaborar.

Refletiremos, a seguir, sobre algumas das possíveis formas de pedir em PB e em EP, considerando seus possíveis significados do ponto de vista dos estudos sobre a cortesia.

1.5.2.1 O uso do imperativo

Na língua espanhola, segundo Matte Bon (2006), o imperativo é usado não somente para dar ordens ou conselhos, mas também para oferecer, pedir e expressar condições. Na *Gramática Descriptiva de la Lengua Española*, Bosque (1999, p. 3918) declara que o uso do imperativo depende de informações pragmáticas para serem classificadas como ordem ou pedidos. É necessário ter informação sobre a relação hierárquica entre falante e ouvinte, sobre seus direitos e obrigações e também sobre a ação em questão para classificar um enunciado com o verbo imperativo entre ordem, pedido ou súplica.

Haverkate, sobre o uso do imperativo, afirma que uma oração expressa por este tempo verbal não exclui uma possível interpretação cortês, pois a interpretação da cortesia está relacionada também à situação comunicativa na qual é emitida. O uso de partículas pragmáticas – “Por favor”, “Por gentileza” – podem ser úteis para reduzir a ameaça da imagem negativa do interlocutor. A interpretação cortês não

depende de que esta oração seja imperativa, ela é, sim, determinada pela situação comunicativa que se expressa (1994, p. 162).

Em PB, Cunha e Cintra (2001) também tratam sobre o emprego deste tempo e modo verbal. Segundo estes autores, “embora a palavra IMPERATIVO esteja ligada, pela origem, ao latim *imperare* “comandar”, não é para ordem ou comando que, na maioria dos casos, nos servimos desse modo” (CUNHA; CINTRA, 2001, p. 477). Assim como no EP, no PB existem outras formas mais efetivas para expressarmos tal noção. De acordo com os autores, quando utilizamos o imperativo, em PB, geralmente, temos a intenção de induzir o nosso interlocutor a cumprir a ação indicada pelo verbo: “é, pois, mais o modo da exortação, do conselho, do convite, do que propriamente do comando, da ordem” (2001, p. 477).

Os autores ressaltam, além disso, a importância do tom de voz como um elemento essencial na interpretação do uso do imperativo. Como nosso *corpus* não possui este componente fundamental, faremos as análises sabendo da falta deste elemento importante. De qualquer modo, parece-nos possível observar de forma pertinente quais são os outros métodos utilizados pelos participantes das interações por *e-mail* para atenuar seus enunciados com verbos no imperativo tanto em PB quanto em EP.

Bosque (1999) ressalta que quando desconhecemos o grau de explicitação requerida sobre falante e ouvinte, ou não estamos tão seguros quanto a ele, podemos expressar somente uma parte do conjunto desta petição. Para o estudioso “*la mera mención de la acción se entiende como expresión de una orden o propuesta, ya sea por el tipo de texto, ya sea por la relación jerárquica entre interlocutores*” (1999, p. 3919).

A seguir, trataremos das outras possíveis formas e estruturas linguísticas utilizadas para expressar um ato diretivo impositivo tanto em EP como em PB.

1.5.2.2 Além do imperativo: outras formas de pedir

Um das estruturas mais explícitas para expressar um ato diretivo sem o uso da forma verbal imperativa é uma construção interrogativa (BOSQUE, 1999). Com relação aos atos diretivos que se fazem por meio de perguntas, parece-nos importante recordar que, conforme afirma Haverkate (1994), da mesma forma que os atos expressados por um imperativo, tratam-se igualmente de atos diretivos diretos, visto que atos interrogativos contêm uma especificação completa da ação pedida e também referência explícita ao destinatário.

A diferença entre ambas se encontrará no fato de que, segundo o pesquisador, ao expressar um pedido por meio de uma pergunta estou, ao mesmo tempo, expressando dois objetos ilocutivos: uma interrogação explícita e um pedido implícito (1994, p.167). Ao emitir um pedido em forma de pergunta, estamos, ainda, expressando uma condição prévia que se refere à pressuposição do emissor de que o interlocutor estará disposto e será capaz de realizar tal ato.

Um ato diretivo em forma de pergunta pode ser interpretado como um ato com maior grau de cortesia. A cortesia reside, neste caso, em dois fatores: ao expressar uma pergunta, por um lado, o emissor da mensagem oferece a seu interlocutor a oportunidade de responder somente à pergunta, por outro, demonstra-lhe empatia, pois se informa previamente sobre suas condições para realizar determinada ação.

O uso de verbos no condicional/futuro do pretérito também é uma forma usada em pedidos ou ordens. Haverkate (1994) explica que o uso do condicional em atos diretivos indica um ponto de referência separado do momento do ato de fala, não somente como uma distância temporal, mas, principalmente, como uma possível distância interpessoal criada pelo emissor da mensagem, a fim de expressar mitigação (1994, p. 186). O uso de tempos verbais como o condicional/futuro do pretérito ou o imperfeito para expressar um ato diretivo, conforme o pesquisador seria uma manipulação das coordenadas de tempo. As orações que usam estes tempos verbais referem-se não ao mundo real, mas a um mundo possível (1994, p. 185). Nestes casos, para o estudioso da cortesia, o condicional tem a função de expressar cortesia atenuadora.

O uso cortês deste tempo verbal em atos diretivos é visto pelo autor como um efeito atenuador marcado, provocado pelo distanciamento metafórico da coordenada de tempo do centro dêitico.

O uso de verbos no futuro também é eficiente para expressar uma ordem ou proposta. Bosque (1999) afirma, no entanto, a necessidade de que as relações sociais entre os participantes estejam bem marcadas. Em nosso *corpus*, podemos perceber alguns usos do futuro para expressar ordens, nos quais o emissor possui, realmente, uma posição hierarquicamente mais alta que seus interlocutores.

Por fim, outra opção usada para expressar pedidos que nos parece oportuna recordar é uso do infinitivo, tanto em um enunciado afirmativo quanto negativo. Bosque (1999) explica o uso do infinitivo como um substituto ou equivalente da forma imperativa, por sua semelhança na pronúncia e uma possível neutralização da consoante final, no caso do EP.

Pensamos que as estruturas e tempos verbais mencionados são igualmente válidos nas duas línguas analisadas. Interessa-nos verificar se a frequência entre essas várias possibilidades é semelhante e encontrar possíveis diferenças socioculturais no valor dessas formas.

Após esclarecer sobre as possíveis formas de expressar atos diretivos e quais são suas funções, é necessário tratar também sobre as formas de atenuar um ato diretivo e a relação que os atenuadores possuem com a cortesia. É o que faremos na Seção 1.6, a seguir.

1.6 O papel da atenuação nos atos diretivos

É bastante comum que, durante uma interação, o falante utilize formas de atenuar ou intensificar seu enunciado, não somente com o objetivo de ser cortês com seu interlocutor, mas também para proteger a própria face e a do outro, evitando, assim, um possível conflito. Em um ato diretivo, uma das formas de demonstrar cortesia para impedir um desequilíbrio, é por meio de marcadores de atenuação. Cabe-nos, portanto, a partir desta seção, aclarar o que entendemos por atenuação, quais são suas principais funções e quais as formas atenuantes seriam possíveis dentro de um ato diretivo.

Segundo Briz, para entender o que, de fato, é a atenuação, é necessário que recordemos o objetivo principal de uma troca conversacional, que, para o pesquisador, é “*negociar, dar argumentos, para llegar a una conclusión, para, en suma, lograr el acuerdo*”¹⁴ (BRIZ, 2002, p. 18)”. Dessa forma, a **atenuação** poderia

¹⁴ Negociar, dar argumentos, para chegar a uma conclusão, para, então, alcançar o acordo. (tradução nossa).

ser definida como **uma operação linguística que visa a minimizar o que foi dito ou um ponto de vista; está associada à atividade argumentativa e de negociação deste acordo**, o qual, conforme já mencionamos, seria o objetivo último de uma conversação.

Parece-nos pertinente ressaltar que, ainda que Briz (2002) refira-se à conversação coloquial em seu estudo, entendemos que em uma interação via *e-mail*, gênero analisado em nosso *corpus*, atua-se de forma semelhante, já que, como veremos no Capítulo dois desta dissertação, este gênero possui diversas características que o aproximam de uma conversação face a face.

Conforme os conceitos de Briz (2002), as funções dos atenuantes são, principalmente, minimizar o benefício daquele que fala, minimizar suas contribuições e, igualmente, minimizar um possível desacordo. Esta última função tem um fim social, segundo o estudioso, que está relacionado às atividades de imagem, com ou sem cortesia.

Apesar de poder explicar-se também como um princípio de cortesia, Briz (2002) esclarece que esta não é, entretanto, a única nem a principal função de um marcador de atenuação. O estudioso afirma que *“La atenuación es un recurso estratégico dentro de la actividad argumentativa y conversacional que busca la aceptación del oyente, ya sea de lo dicho y del decir o del propio hablante”*¹⁵ (BRIZ, 2002, p. 17). Ressalta ainda que em uma conversação coloquial espanhola, os recursos de atenuação estão relacionados com a eficácia e eficiência pragmáticas, algumas vezes com os trabalhos de face e, em menor medida, com a imagem de

¹⁵ A atenuação é um recurso estratégico dentro da atividade argumentativa e conversacional que busca a aceitação do ouvinte, seja pelo que foi dito seja pelo dizer ou mesmo pelo próprio falante. (tradução nossa).

cortesia. Afirma o pesquisador: *“esta actividad cortés que puede desarrollar el uso del atenuante en la conversación coloquial, fuera de las situaciones rituales o normativizadas social y culturalmente, no es sino el medio de lograr otros fines”*¹⁶ (BRIZ, 2002, p. 17).

Em nossas análises, nosso objetivo é verificar os *e-mails* de nosso *corpus* e compará-los para perceber se, em PB, o uso dos atenuantes funciona da mesma maneira que em EP, conforme discutimos nos parágrafos anteriores. Pretendemos encontrar pistas em nosso *corpus* que indiquem qual a principal função de um atenuante em PB e em EP: a) estratégia linguística, para dar a entender menos do que realmente estamos dizendo ou fazendo, b) estratégia social, para proteger a imagem do falante ou do ouvinte ou c) cortesia. Além disso, verificaremos se, em PB, esta última função será também, como menciona Briz (2002), a função menos frequente.

Sobre a **atenuação**, Haverkate (1994) afirma que esta pode ser considerada uma **modificação pragmática de um enunciado**, dado que ela não afeta o conceito deste; a atenuação está num plano “extraproposicional”, pois não agrega nenhuma nova informação ao conteúdo original. A diferença entre o uso de um verbo no presente do indicativo, condicional, ou imperativo não está baseada em uma interpretação gramática, mas em uma interpretação pragmática, dado que o que varia é, apenas, o maior ou menor grau de cortesia, não o significado da proposição.

¹⁶ Esta atividade cortês que pode desenvolver o uso do atenuante na conversação coloquial, exceto as situações rituais ou normativizadas social e culturalmente, não é senão o meio de alcançar outros fins (BRIZ, 2002, p. 17)”. (tradução nossa).

Silva (2011a), sobre a atenuação em PB, afirma que, nesta língua, o termo atenuar está relacionado ao sentido de tornar tênue, perder a força, reduzir, limitar, entre outros significados que também condizem com o sentido que estamos buscando em nossos estudos sobre atenuação.

Ainda de acordo com Silva, depois de oferecer um resumo sobre várias teorias¹⁷ do tema, o pesquisador define a atenuação como:

a modificação de um ato de fala, que pode vir a causar efeitos indesejados sobre o interlocutor. Trata-se portanto, da função interativa de um ato de fala, que possibilita o acordo ou a negociação em situações que possam representar possível quebra do equilíbrio em uma dada interação social (SILVA, 2011a, p. 283).

Após tratarmos da função dos atenuadores em uma conversação e, especialmente, em um ato diretivo nos parágrafos anteriores, cabe-nos tratar de quais podem ser os tipos de atenuantes usados. É o que faremos nos próximos parágrafos.

1.6.1 Tipos de atenuação

Albelda (2010) considera que, apesar das formas e funções de enunciados atenuados estarem, em maior medida, estabelecidas, a atenuação é uma categoria pragmática, à vista disso, somente será possível identificá-la dentro de seu real contexto.

Baseando-se nos estudos de Briz (1995, 1998, 2003), a estudiosa retoma dois tipos de atenuação:

a) Atenuação do conteúdo proposicional: é a atenuação por meio da qual

¹⁷ Puga Larraín (1997), Fraser (1980), Rosa (1992), Meyer-Herman (1984), Briz (1994, 2005, 2007), Soares (1996).

podemos minimizar a quantidade ou expressar algum elemento da proposição de forma vaga ou imprecisa. Para isto, usamos, sobretudo, recursos morfológicos e léxicos (eufemismos, lítotes, metáforas).

b) Atenuação da força ilocutiva de um ato de fala: O uso do verbo no condicional/futuro do pretérito ou no imperfeito, verbos e advérbios modais como “poder”, “permitir”, “querer”, fórmulas estereotipadas condicionais ou concessivas do tipo “*si no es mucha molestia*”, “*si no es mucho problema*”, “*si no le importa*”, em EP ou perguntas indiretas.

Outros exemplos típicos de atenuantes que podemos mencionar de acordo com os estudos de Briz (2002), Albelda (2010) e Haverkate (1994) são a desfocalização pessoal, como o uso da 1ª pessoa do plural, em lugar da 2ª pessoa do singular, usadas nas duas línguas comparadas; a impessoalização da 2ª pessoa do singular, por meio de expressões como o “*uno*”, a partícula impessoal “*se*”, ou o verbo impessoal “*hay*” em EP. Verbos como o “poder” ou o “querer”, também são atenuantes em um ato diretivo tanto em PB quanto em EP.

Briz (2002) nota anteriormente que os atenuantes no EP seriam mais utilizados como uma estratégia para conseguir um acordo que como uma manifestação de cortesia. Para o autor “*mitigamos o minoramos, des-activamos o des-realizamos lo enunciado o lo por enunciar antes por eficacia que por cortesía; el uso en apariencia cortés es sólo la máscara que esconde el propósito*¹⁸” (1998, p.146).

¹⁸ Mitigamos ou suavizamos, desativamos ou desrealizamos o que foi enunciado ou o que está por enunciar antes por eficácia que por cortesia; o uso em aparência cortês é só a máscara que esconde o propósito. (tradução nossa).

Pensamos que, em *e-mails* veiculados dentro de – e entre – empresas de serviços e produtos (origem do *corpus* analisado nesta pesquisa) pode-se aplicar o que mencionamos nos parágrafos anteriores, pois o tipo de relações e comunicações que se dá entre e nas empresas envolvem pessoas de diferentes idades, níveis sociais, culturais e hierárquicos, o que implica um cuidado sempre maior com as imagens, não somente dos envolvidos dentro de um ato de comunicação, mas com as imagens que estes representam das empresas em que trabalham. Devemos considerar, ainda, o grau de imposição das próprias negociações internas e externas às empresas: a negociação de preço de um produto, o pedido de extensão de prazo para entrega de um serviço, o pedido de mudança para a data de uma reunião de negócios. Temas que implicam um constante jogo de manutenção da face de si e do outro, em prol também da empresa que cada um representa.

Nosso propósito nesta pesquisa será buscaras formas de atenuação que aparecem nos atos diretivos impositivos de cada grupo, e por que elas são utilizadas em cada mensagem (pensando nas finalidades explicitadas em Briz (1998), Albelda (2010) e Haverkate (1994)), além de tentar encontrar semelhanças, em cada um dos grupos, quanto às razões e frequência na qual cada um lança mão desta estratégia em seus atos diretivos.

Com a comparação dos usos de atenuantes entre os dois grupos em questão, pretendemos verificar, além das diferenças linguísticas, as variações culturais possíveis, pois coincidimos com o que afirmam Almeida, Lopes e Rebollo (2008) e pensamos que observar as situações em que ocorrem atos de fala é oportuno, pois permite examinar o funcionamento das interações verbais em diferentes

comunidades socioculturais, além de evitar conflitos ou falta de entendimento entre a comunicação com uma ou mais comunidades. Nossa Seção 1.7, tratará, portanto, da importância da variação cultural nos estudos da cortesia verbal, para, em seguida, passar à descrição de nosso *corpus* de análise, no Capítulo dois.

1.7 A variação cultural e a cortesia

Analisar uma conversação significa, para Kerbrat-Orecchioni (2006), inferir as regras e os princípios nos quais se fundamentam as conversações, além de todos os tipos de trocas comunicativas que se fazem na vida diária.

Essas regras e princípios das conversações não são iguais em todas as comunidades de fala, ou seja, não são universais para todas as sociedades, como sugeriram Brown e Levinson (1978). Para essa autora “qualquer que seja a amplitude dessas variações [...], é possível depreender certas tendências médias próprias a algumas dessas comunidades e lançar as bases de uma abordagem contrastiva do funcionamento das conversações” (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006, p. 103).

Consideramos esta abordagem contrastiva relevante já que, atualmente, cada vez mais pessoas de diferentes culturas se comunicam. Após tratar de vários aspectos da conversação que podem variar de uma comunidade a outra, até mesmo dentro de um mesmo país, a autora discorre sobre possíveis variações culturais pertinentes para nosso estudo.

O primeiro aspecto que pode nos interessar com respeito às variações culturais são **os sistemas de tratamento e a marcação de relação interpessoal**. Em algumas línguas, como o Português, o Francês ou o Espanhol, os pronomes de

tratamento são dois (no caso do Espanhol, três), que variam segundo o contexto e o interlocutor. Contudo, em outras línguas, há apenas um tipo de pronome usado para diversas ocasiões. Além dos pronomes, temos também os **nomes de tratamento**, os quais são utilizados de formas diferentes segundo as comunidades que analisamos. Enquanto em algumas se utiliza o sobrenome para situações mais formais, em outras se usa apenas o nome e isso não significa mais ou menos cortesia; é apenas uma variação cultural que levaremos em consideração para a análise de nosso *corpus*.

A **formulação dos atos de fala** é também um ponto fundamental para a nossa pesquisa, pois “as diferentes línguas não dispõem dos mesmos estoques de atos de fala [...] não encontramos necessariamente para um ato dado, os mesmos tipos de realizações” (2006, p. 114). Além disso, uma mesma estrutura pode, em duas línguas analisadas, funcionar da mesma maneira, sem, no entanto, receber o mesmo valor social.

As **trocas rituais** também são diferentes segundo suas comunidades de fala. Sobre estas trocas a autora nos propõe algumas questões que devemos levar em consideração:

— Quais são as técnicas de abordagem apropriadas à situação?

— Qual deve ser a duração do ritual de abertura? (ele pode, de acordo com as diferentes sociedades, ser reduzido ao mínimo, ou, ao contrário, se desenvolver numa interminável sucessão de fórmulas devidamente codificadas);

— E, certamente: quais são os atos, verbais ou não-verbais, que convém empreender para realizar a abertura? (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006, p. 116).

Este tema parece conter dados relevantes para nossas análises. Com base nestas questões e nos aspectos anteriormente citados, a partir do próximo capítulo, realizaremos nossa pesquisa, buscando encontrar as diferenças e semelhanças linguísticas e socioculturais, analisando as duas línguas e culturas do nosso *corpus* – o EP e o PB.

O próximo capítulo visa a descrever as características particulares de nosso *corpus*, refletindo, sobretudo, a respeito do *e-mail* como um gênero do discurso, considerando o que o define como um novo e recente gênero e quais são os pontos que o diferem e o assemelham do antigo meio de discurso epistolar empresarial – a carta comercial.

CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DO CORPUS

INTRODUÇÃO

É nosso objetivo, neste segundo capítulo, descrever o *corpus* coletado para realizar nossas análises. Na Seção 2.1, apresentamos um retrato dos *e-mails* empresariais nas duas línguas escolhidas para o presente estudo. Trataremos, especialmente, de suas características particulares: a forma de coleta e quantidade do *corpus* selecionado, características dos participantes dos *e-mails* – idade, sexo, local, e os tipos de empresas das quais recolhemos nosso *corpus*.

A partir da Seção 2.2, para um melhor entendimento de nossas análises, apresentamos uma reflexão e descrição dos traços mais significativos do gênero discursivo do *corpus* selecionado. Discutiremos sobre os elementos textuais do *e-mail*, suas estruturas e também a aproximação que este novo gênero discursivo possui com o discurso face a face. É nosso propósito, além disso, verificar as características que diferem ou assemelham este recente gênero ao antigo meio de comunicação mais utilizado em meios empresariais – a carta comercial.

Ainda neste segundo capítulo, apresentamos alguns dados verificados em nosso *corpus*, com respeito, principalmente, às características do *e-mail* como gênero – elementos pré e pós-textuais, formas de tratamento utilizadas e outros traços singulares ao gênero, os quais nos pareceram pertinentes para nossas análises. Buscamos, já nesta primeira apresentação de dados, uma comparação entre as duas línguas, a fim de levantar, neste momento, as primeiras observações

sobre semelhanças e contrastes nas relações de cortesia de *e-mails* empresariais do PB e do EP.

2.1 Descrição do *corpus* selecionado

O *corpus* usado em nosso trabalho apresenta algumas características particulares:

São 136 mensagens veiculadas entre funcionários de diferentes empresas por meio de correios eletrônicos. Estas estão, ainda, divididas em dois grupos: 68 *e-mails* escritos em PB, por brasileiros e, igualmente, 68 *e-mails* escritos em EP, por espanhóis. As 68 mensagens para cada grupo correspondem à quantidade máxima que obtivemos em um dos grupos e, dessa maneira, optamos por utilizar o mesmo número de *e-mails* em ambos, a fim de facilitar nossas análises e interpretações.

O grupo representativo do EP consiste, em sua maioria, de *e-mails* escritos por espanhóis comunicando-se com espanhóis e brasileiros, em língua espanhola¹⁹. O grupo de correios eletrônicos em PB, por sua vez, é formado por *e-mails* escritos por brasileiros comunicando-se somente com brasileiros, usando, portanto, o PB.

Nos dois grupos de *e-mails*, há aqueles que são direcionados a somente um remetente e outros que são encaminhados a vários remetentes de uma só vez. Sabemos, além disso, que, apesar do *corpus* basear-se no anonimato, os participantes brasileiros são todos adultos, de ambos os sexos, maiores de 25 anos, residentes na região da Grande São Paulo e funcionários de, ao menos, quatro

¹⁹ Esta informação nos leva a esclarecer que, muitas vezes, os brasileiros respondem às mensagens também em língua espanhola; estas serão, contudo, descartadas de nossas análises.

diferentes empresas. Os participantes espanhóis são todos igualmente adultos, maiores de 35 anos, do sexo masculino e feminino, residentes na cidade de Madrid, na Espanha, e são funcionários de, ao menos, quatro diversas companhias. Com respeito às empresas, nosso *corpus* possui *e-mails* de companhias de bens de consumo duráveis e não duráveis, institutos de pesquisa, empresas de telecomunicações, concessões, eletroeletrônicos, câmeras de comércio e iluminação.

Quatro diferentes participantes forneceram nosso *corpus*. Estes não são, entretanto, os únicos; e o tema das mensagens não diz respeito apenas às pessoas que forneceram nosso material.

O conteúdo relevante para nosso trabalho não se resume somente a assuntos relativos ao cotidiano de uma companhia – o pedido de uma informação necessária para determinado tipo de trabalho, a divulgação de uma instrução geral para os funcionários da empresa, ou todo e qualquer assunto que diga respeito à rotina das empresas – mas também a mensagens que tratem de assuntos pessoais, como um desejo de feliz natal ou saudações pelo dia do aniversário de um dos participantes da conversação. Julgamos que o conteúdo dessas mensagens também pode trazer indicativos relevantes para nossas análises.

Apresentamos, a seguir, uma tabela com as principais características do *corpus* coletado:

Tabela 1 – descrição do *corpus* da pesquisa

Características	Português	Espanhol
Nº de e-mails	68	68
Idade dos participantes	> 25	> 35
Sexo dos participantes	Feminino/ Masculino	Feminino/ Masculino
Origem	Grande São Paulo	Madrid
Tipos de empresas fornecedoras	Institutos de pesquisa, telecomunicações, iluminação, eletroeletrônicos, bens de consumo duráveis e não duráveis	Câmeras de comércio, telecomunicações, iluminação, concessão, eletroeletrônicos
Número de empresas fornecedoras	> quatro	> quatro

Para uma completa caracterização deste *corpus*, parece-nos relevante, do mesmo modo, refletir sobre o *e-mail* como um gênero discursivo, considerando, não apenas o que o define como um novo e recente gênero, mas também quais são os pontos que o diferem e o assemelham ao antigo meio de discurso epistolar empresarial – a carta comercial. É o que faremos em nossa próxima seção.

2.2 O e-mail: novo gênero discursivo e suas características

Para este trabalho, consideramos que o conceito de gênero discursivo converge com os escritos de Bakhtin. Para este autor, “cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso” (1992, p. 279-280), ou seja, cada gênero discursivo – um manual de uso de um aparelho eletrônico, uma receita, uma carta comercial ou um *e-mail* – surge a partir das necessidades de comunicação de determinada comunidade discursiva e se firma de acordo com características próprias e relativamente fixas, que as diferem de outros gêneros textuais; são um produto de relações complexas entre meio, uso e linguagem (MARCHUSCHI, 2002).

O *e-mail* ou correio eletrônico²⁰, meio de comunicação atualmente tão utilizado, é uma forma de comunicação moderna²¹, a qual já possui suas próprias características. O termo *e-mail*, ou correio eletrônico, é utilizado, de acordo com Paiva, para “o sistema de transmissão e também, por metonímia, para o texto produzido para este fim” (2004, p. 3). Para Marchuschi (2002, p. 22), pode-se definir o *e-mail* como “uma forma de comunicação escrita, normalmente assíncrona, de remessa de mensagens entre usuários do computador”.

Traços significativos deste novo gênero que merecem ser destacados são, por exemplo, seus elementos textuais. Há em um *e-mail*, assim como na carta comercial, o uso de elementos pré e pós-textuais. Nos correios eletrônicos, podemos destacar o endereço eletrônico do remetente, a data e hora de envio da mensagem e o assunto, como vemos no exemplo de um dos *e-mails*²² abaixo, pertencente ao nosso *corpus*:

De: V. [mailto: v.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 15:52

Para: a.....@empresa.com

Assunto: Incidencia en los informes

²⁰ Aclaramos que, durante este trabalho, utilizaremos indistintamente os termos correio eletrônico e *e-mail*.

²¹ O registro do primeiro *e-mail* data de 1971 e foi escrito pelo engenheiro Ray Tomlinson. Fonte: <http://inventors.about.com/od/estartinventions/a/email.htm>, acesso em 07 de dezembro de 2013, às 19:48h.

²² Os nomes dos participantes e todos os outros dados referentes às empresas ou participantes das interações, conforme mencionamos, foram eliminados e substituídos por iniciais maiúsculas para manter o anonimato da pesquisa.

Na carta comercial, não vemos o endereço eletrônico; no entanto, aparece no chamado cabeçalho, o remetente e, da mesma forma, a data e o lugar do envio, porém não a hora. Salvo estas características singulares a cada um dos gêneros, percebemos a existência, em ambos, de frases de abertura e fechamento. O que difere cada um é a estrutura linguística de ambos, sendo que a carta comercial apresenta uma estrutura mais formal e menos concisa. Todas estas particularidades podem ser bons indicativos para nossa pesquisa, pois, segundo Zanotto

pelo vocativo, se adequado, mede-se o grau de formalidade, o grau de polidez, pela projeção que o emitente da mensagem faz do alocutário, e, pode-se ainda, “ler”, pelo vocativo, o ânimo do remetente em relação ao destinatário (2005, p. 154).

Matteis (2004), outra estudiosa dos *e-mails*, também afirma que, por meio das estruturas usadas nos correios eletrônicos, podemos determinar, entre outros, o grau de formalidade ou informalidade dos ambientes nos quais eles são veiculados. Para esta autora, em ambientes que exigem um nível maior de formalidade (uma empresa poderia ser um exemplo), a estrutura do *e-mail* aproxima-se do discurso epistolar tradicional, ou seja, das cartas comerciais. No entanto, pelas características observadas em nosso *corpus*, parece-nos que, cada vez mais, o *e-mail* desenvolve sua própria linguagem e aproxima-se do discurso face a face, distanciando-se da linguagem própria da carta empresarial.

Todos os recentes estudos citados sobre correio eletrônico – Matteis (2004), Marchuschi (2002), Zanotto (2005) – mencionam esta aproximação com o discurso face a face em *e-mails*. Matteis, por exemplo, afirma que, apesar de possuir muitas características de um texto escrito, no que se refere a seu aspecto estrutural ou

discursivo, sob o ponto de vista das estruturas léxicas, pragmáticas ou semânticas, o correio eletrônico assemelha-se também ao discurso face a face, o que parece ser uma característica comum aos novos gêneros textuais da “cultura eletrônica”²³.

Essa questão é profundamente discutida por Crystal (2001) e, segundo este autor, a linguagem usada na mídia eletrônica, ou a *Netspeak*²⁴, deve ser entendida como uma linguagem escrita que toma emprestado algumas características da língua falada, porém não o oposto.

Ademais, segundo o mesmo pesquisador, a *Netspeak* é mais que apenas um conglomerado de características de língua falada e escrita. Ela é capaz de fazer coisas que nenhum dos outros meios pode fazer e deve ser vista como uma nova espécie de comunicação. A visão da linguagem usada nos meios eletrônicos por este autor pode ser resumida como uma somatória entre o falado, o escrito e as características singulares ao meio eletrônico: “Os textos eletrônicos são simplesmente diferentes de outros tipos de textos [...], são um terceiro meio” (CRYSTAL, 2001, p. 48).

Podemos considerar, portanto, que a linguagem usada em nosso *corpus* possui particularidades da língua falada, conforme mencionamos, da língua escrita, além das características do próprio gênero. Estas podem ser, segundo Crystal (2001), o uso de *emoticons*²⁵, abreviações de palavras e outras expressões

²³ Termo usado por Marchuschi (2002).

²⁴ Termo utilizado por Crystal (2001) para referir-se a este tipo de linguagem.

²⁵ O termo *emoticon* vem da junção das palavras inglesas *emotion* e *icon* (emoção e ícone). *Emoticons* são pequenas “carinhas” cujo objetivo é o de denotar emoção em um meio onde existe apenas a escrita, desprovida de fatores externos para auxiliar na interação (FERREIRA, 2012, p. 2).

utilizadas somente em meios eletrônicos, a fim de alcançar a rapidez de uma interação face a face em um meio escrito.

Na próxima seção, a partir de dados da pesquisa realizada por Zanotto (2005), trataremos de forma pormenorizada de outras características do *e-mail*, comparando-as com a carta comercial.

2.2.1 Diferenças entre o *e-mail* e a carta comercial

Conforme indicamos anteriormente, Zanotto (2005) realizou uma pesquisa que é bastante oportuna para nosso trabalho. Em sua investigação, o autor analisa as principais características da carta comercial (por considerá-la um arquétipo das correspondências circuladas no meio empresarial e, também, por durante muito tempo ter sido uma das formas principais de interação nas – e entre – empresas). Além disso, o pesquisador faz um estudo contrastivo deste gênero com o *e-mail*, por estar este último tomando lugar das cartas comerciais nos últimos tempos.

Segundo esta pesquisa, de fato, atualmente usa-se mais intensivamente o *e-mail* que as cartas no ambiente empresarial. Parece, segundo Zanotto (2005), que a carta comercial ganhou um “patamar” privilegiado em relação ao *e-mail*, pois seu uso é reservado a assuntos mais nobres e nos quais se necessita de mais confiabilidade. Um dos motivos pelos quais a carta comercial ganhou este crédito parece ser a presença de uma assinatura de próprio punho do remetente, o que não ocorre no *e-mail*, ainda que existam as assinaturas eletrônicas; neste, somente é necessário digitar o nome do emissor da mensagem e não necessariamente o nome do emissor corresponderá a quem, de fato, compôs a mensagem eletrônica.

Além dos fatores mencionados anteriormente sobre a estrutura destes gêneros, outro elemento que vale ser apontado é o de dependência entre os textos. Enquanto o texto das cartas mostrou-se mais autônomo e mais auto-interpretável, o texto dos *e-mails*, porém, é, de modo geral, dependente de seus textos anteriores, por isto, é também mais conciso que a carta comercial (ZANOTTO, 2005). Uma das razões para este fato pode ser a de que, com apenas um *clique* no programa de computador, podemos responder ao nosso emissor com o texto antigo junto à futura resposta.

A sequência de *e-mails*, abaixo, tirada do nosso *corpus* representante do PB²⁶, parece comprovar a afirmação anterior, já que não é possível compreender o segundo e o terceiro *e-mails*, sem considerar a leitura do primeiro:

De: S., M. R. A.
Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 12:45
Para: G., L. C. C.; F., G. L.
Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.
Assunto: RES: Faturamentos pendentes

Bom dia,
Peço que confirmem as entregas no relatório de pendências *empresa* (bem como GR / PO), para que possamos liberar seus respectivos faturamentos e alocar a receita para cada entrega.

Obrigado
M.

De: P., L. F. S.
Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 14:10
Para: S., M. R. A.
Assunto: RES: Faturamentos pendentes

Quando tiver novidade te aviso

abs
L. F. S. P.

²⁶ Esta sequência corresponde, respectivamente, aos *e-mails* de número 17, 16 e 15 do *corpus* em PB.

Dados da empresa

De: S., M. R. A.

Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 14:16

Para: P., L. F. S.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

OK K.,

Abs

Um segundo motivo para esta sinteticidade dos *e-mails* é o de que este possui mais proximidade com a conversação face a face, exatamente pela possível rapidez entre as mensagens. Percebemos que o tempo decorrido entre a segunda e a terceira mensagem anteriores é de apenas seis minutos.

Do ponto de vista da estrutura linguística, também aparecem diferenças entre os dois gêneros em questão. Zanotto destaca o uso do “burocratês”²⁷, a escolha mais cuidadosa das palavras, das estruturas e o cuidado para respeitar as normas gramaticais características da carta comercial. Com os *e-mails* ocorre o oposto. A falta de cuidado com a forma nos correios eletrônicos também é observada por Matteis, que afirma ser esta uma das características que aproxima o *e-mail* da conversação: “*cláusulas incompletas o reformuladas sobre la marcha [...], descuido general por la concordancia sintáctica, la puntuación estándar, así como casos de omisión de palabras y uso irregular de mayúsculas*”²⁸ (2004, p. 71).

Para exemplificar as características discutidas acima, vejamos alguns exemplos tomados dos dois grupos do *corpus* de nossa pesquisa:

De: F., D. [f.....@empresa.com]

²⁷ Segundo Houaiss (2001, p. 532) linguagem pejada de tecnicidades do jargão dos burocratas; terminologia só compreensível a burocratas.

²⁸ orações incompletas ou reformuladas durante a conversação [...], descuido geral pela concordância sintática, pela pontuação padrão, assim como casos de omissão de palavras e uso irregular de maiúsculas. (tradução nossa).

Enviado em: segunda-feira, 11 de julho de 2011 15:00
Para: G., L. C. C.; R., D.
Assunto: RE: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls

L.,

Obrigado pela claridade. Pls traduz esse email e responde em cima do email que mandou o J., copiando todas as pessoas que estao la²⁹

Thanks!

D. L. F.

No exemplo acima³⁰, podemos notar duas das características próprias do correio eletrônico discutidas: a palavra “*Please*” abreviada para “Pls” e a falta de pontuação verificada em “estao la”.

No próximo fragmento de *e-mail*³¹, verificamos as mesmas características – “Abs” como uma abreviatura de “Abraços” e falta de pontuação adequada na frase –, além de notar que a ordem sintática que aparece é uma ordem característica da conversação face a face:

De: P., L. F. S.
Enviado em: segunda-feira, 15 de agosto de 2011 09:55
Para: S., M. R. A.
Cc: D., A. B. P.
Assunto: RES: Faturamentos pendentes

M.,

O LSD estou vendo quanto ao KBD este vamos entregar em setembro

abs

L. F. S. P.

Dados da empresa

²⁹ Grifos nossos.

³⁰ *E-mail* n. 7 do grupo representante do PB.

³¹ *E-mail* n. 13, do grupo representante do PB.

Nos *e-mails* escritos em EP, também encontramos estas características, como é o caso do *e-mail* seguinte³², no qual encontramos problemas de acentuação e erros de digitação:

De: M. P. <m.....@empresa.es>
Enviado em: Quarta-feira, 26 de dezembro de 2001 09:40
Para: A. <a.....@empresabrasil.com.br>
Assunto: RE: FELIZ NAVIDAD

Querido A.,

Recibe tú tambien, mis felicitaciones para estas Navidades. Hazlas extensibles a tú familia y para todos los buenos amigos que tenfo en Brasil
Un fuerte abrasso³³

P.

Definido o conceito de *e-mail* como um gênero discursivo e verificadas suas características mais relevantes, contrastando-as com características da carta comercial, passaremos, na seção seguinte, a descrever o que pudemos observar em nosso *corpus*, não somente no que diz respeito a características do gênero e-mail em cada um dos grupos, como também às diferenças significativas que encontramos entre eles e que mereçam ser discutidas em nossas análises.

2.3 Primeiras observações do *corpus*

Na Seção 2.3.1, a seguir, verificaremos nos dois grupos de nosso *corpus* as características citadas anteriormente como definidoras do gênero *e-mail*. Buscaremos dados sobre a concisão característica dos *e-mails*, sobre as estruturas

³² *E-mail* n. 45 – grupo representante do EP.

³³ Grifos nossos.

e formas usadas como elementos pré e pós-textuais, o uso das formas de tratamento. Também é nosso propósito comparar os dados encontrados em PB e em EP, buscando, dessa forma, semelhanças ou diferenças linguísticas e socioculturais pertinentes para nossas reflexões.

2.3.1 A questão da brevidade nos e-mails

No que tange à **brevidade dos e-mails**, podemos afirmar que tanto as mensagens trocadas entre participantes em PB quanto àquelas transmitidas por falantes do EP contêm, em sua maioria, **entre uma e cinco linhas**³⁴, correspondendo a **mais de 50% do total das mensagens nos dois grupos**. Os e-mails que possuem **até cinco linhas** apareceram em **60%** dos correios eletrônicos em **EP** e em **55%** dos casos em **PB**. Os e-mails de **cinco a dez linhas** apareceram em **32%** dos e-mails em **EP** e em **33%** dos casos em **PB**. E, finalmente, correios eletrônicos com **mais de dez linhas** apareceram em **8%** dos representantes em **EP** e em **12%** dos e-mails escritos em **PB** (Vf. Gráfico 2.1, a seguir). Este resultado parece mostrar-nos, como comentamos anteriormente, que a brevidade é, realmente, uma das características gerais do gênero *e-mail*, dado que os dois grupos analisados apresentam números muito similares.

³⁴ Ignoramos as linhas correspondentes aos elementos paratextuais, como saudações, frases de fechamento e assinatura do remetente do e-mail.

Gráfico 2.1 – Percentual do número de linhas nos e-mails enviados por brasileiros e espanhóis respectivamente

2.3.2 O uso dos elementos paratextuais em e-mails empresariais

No que diz respeito aos elementos paratextuais dos correios eletrônicos, como o cabeçalho e as frases de fechamento, encontramos diferenças nos dois grupos que nos pareceram significativas.

No Gráfico 2.2, abaixo, podemos comparar a frequência das quatro **formas vocativas** que mais apareceram em cada um dos grupos. Enquanto nos e-mails em **PB** observamos que o uso apenas do “**Nome**” é a **opção mais frequente**, em **EP**, ao contrário, é a **forma que menos aparece**. Além disso, parece não haver uma equivalência no uso das formas “**Prezado/Estimado + nome**” nas duas línguas, dado que no grupo representante do **PB** esta forma aparece em apenas **5%** dos e-mails e no grupo de e-mails em **EP**, corresponde a **15%** do total:

Gráfico 2.2 – Comparação percentual das formas de abertura mais usadas em PB e em EP

As formas apontadas como “Outros” correspondem a estruturas isoladas que aparecem apenas uma vez em cada um dos grupos. Apesar de perceber que estas representam, percentualmente, o maior número entre as formas de abertura em EP, optamos por não considerá-las, visto que são casos particulares, que dependem do contexto para explicar-se.

Nas mensagens veiculadas por **brasileiros**, entre muitas **formas comuns de abertura**, as mais frequentes foram quatro: saudações que continham **somente o nome do destinatário (40% dos e-mails)**, conforme adiantamos nos parágrafos anteriores, seguida por uma **falta de forma de abertura ou vocativo**³⁵, o que corresponde a **13%** do total de *e-mails* deste grupo e uma mesma quantidade de uso das saudações do tipo **“Boa tarde/noite/dia + nome do destinatário”**. A saudação **“Oi + nome”** foi a quarta mais recorrente e aparece em **9%** dos *e-mails*, como podemos verificar no Gráfico 2.2, acima. Os vocativos que aparecem

³⁵ Parece-nos pertinente comentar, sobre a ausência de uma forma de abertura nos *e-mails* de ambos os grupos, que não sabemos se esta forma de abertura foi, em realidade, eliminada do *corpus* pelos fornecedores de nosso material, como forma de precaução e anonimato. Dessa forma, optamos por não analisar este aspecto.

marcados no gráfico como “Outros”, segundo comentamos, são formas isoladas que apareceram somente uma vez no total de *e-mails*.

Nos correios eletrônicos escritos pelo grupo de **espanhóis** (Vf. Gráfico 2.2), no entanto, chama-nos a atenção o maior número de *e-mails* no qual não há **nenhuma forma de saudação** iniciando o texto, sendo, ainda, a forma mais constante neste grupo (**24%**). Em segundo lugar, verificamos uma mesma quantidade da forma “**Estimado + nome**” e “**Hola + nome**”, representando cerca de **15%** do total de *e-mails* cada uma e, em terceiro, **somente o nome** do destinatário, que aparece em pouco mais de **7%** das mensagens em EP.

No grupo representante do EP, apesar de o primeiro nome ser igualmente predominante aos sobrenomes (se comparado ao grupo do PB), percebemos que há uma maior quantidade da palavra “*Estimado*” a qual acompanha esta forma. Tal fato pode representar um maior distanciamento pessoal que o uso somente do nome, como verificamos em PB.

Holanda (1995) já chamava a atenção para esta valorização do primeiro nome, como característica da cultura brasileira. Sobre o tema, o historiador afirma:

[...] em regra é o nome individual, de batismo, que prevalece. Essa tendência, que entre portugueses resulta de uma tradição com velhas raízes [...] acentuou-se estranhamente entre nós. Seria talvez plausível relacionar tal fato à sugestão de que o uso do simples prenome importa em abolir psicologicamente as barreiras determinadas pelo fato de existirem famílias diferentes e independentes umas das outras (HOLANDA, 1995, p. 148).

O maior uso do primeiro nome em PB pode ser um indicador de cortesia de solidariedade, que visa a demonstrar afiliação, pois Holanda afirma ainda que “o desconhecimento de qualquer forma de convívio que não seja ditada por uma ética

de fundo emotivo representa um aspecto da vida brasileira que raros estrangeiros chegam a penetrar com facilidade” (1995, p. 148). Nossos dados parecem confirmar esta afirmação.

No que toca às formas de fechamento, no Gráfico 2.3, a seguir, podemos perceber que as mais utilizadas por cada grupo são, igualmente, diferentes. Apesar de sua semelhança linguística, as escolhas pragmáticas observadas até este momento parecem não corresponder no PB e no EP.

Gráfico 2.3 – Comparação percentual das formas de fechamento em PB e EP

Por meio da análise desse gráfico, também encontramos diferenças relevantes entre os grupos. No grupo dos brasileiros, percebemos uma regularidade maior entre as formas usadas. Surpreende-nos, além disso, uma presença grande do “Obrigado/a” ou estruturas similares como “Grato”, usados para fechar *e-mails*, o que não ocorre no grupo dos **espanhóis**. Neste, o **fechamento mais recorrente** que observamos foi “**Saludos**”, o qual aparece em **36%** do total das mensagens. As outras formas que mais apareceram neste grupo foram “**Un abrazo**” (**32%** dos *e-mails*), seguida pela forma “**Atentamente**”, que aparece em **9%** do total das mensagens. No grupo dos **brasileiros**, as formas que mais aparecem, além da já mencionada forma de agradecimento “**Obrigado/a**”, são “**Atenciosamente**” ou sua

forma abreviada, “**Att**”, que fecha **32%** dos *e-mails* em PB, e a forma “**Abraços**” ou sua forma “**Abs**”, abreviada, que está em **16%** das mensagens. A **inexistência** de formas de fechamento nos *e-mails* aparece em **9%** dos correios eletrônicos escritos em PB. Em EP verificamos uma ocorrência não muito diferente, de **6%** de ausência de um fechamento.

As formas correspondentes a “Outros”, conforme já aclaramos, são formas isoladas que verificamos apenas uma vez e dependem de uma compreensão contextual maior do que a que possuímos neste estudo para ser analisada. Dessa forma, não as consideramos em nenhum dos dois grupos.

Por meio da análise e comparação de nossos dados, podemos verificar que as formas de abertura e de fechamento de *e-mails* em PB e em EP funcionam de forma distinta do ponto de vista pragmático. Apesar de possuírem formas semelhantes nas duas línguas, os participantes usam estruturas muito diversas para realizar as mesmas ações – abrir e terminar uma conversa via *e-mail*.

Nossa próxima seção visa a descrever nossas análises com respeito às formas de tratamento usadas em interações empresariais por *e-mail*. Pretendemos verificar se em ambientes mais formais, como são usualmente caracterizadas as empresas, o pronome mais comum será, de fato, os pronomes de cortesia “*Usted/es*” e se, há diferenças entre o uso desses pronomes no PB e no EP.

2.3.3 As formas de tratamento nos *e-mails* empresariais

Sobre as formas de tratamento, verificamos em Silva que:

*El tratamiento es un sistema de significación que abarca las diversas modalidades de dirigirse a una persona. Se trata de un código social que, si se transgrede, puede acarrear terribles consecuencias negativas en el relacionamiento entre los interlocutores*³⁶ (2011b, p. 303).

Parece-nos pertinente tratar deste tema em nossas análises, pois, por meio do uso e da escolha entre várias formas de tratamento nos *e-mails* empresariais, podemos traçar relações com os estudos da cortesia.

A análise dessas formas pode identificar o tipo de relações estabelecidas e preferidas entre os interlocutores de cada grupo: uma relação horizontal, igualitária entre os participantes, ou uma relação que marca distância ou poder social e, dessa forma, expressa mais cortesia, pelo uso dos pronomes de tratamento e também das formas nominais.

Podemos definir as formas de tratamento, portanto, como:

*términos que se refieren al par hablante oyente, como los vocativos usados para llamar la atención del destinatario. Así, las formas de tratamiento abarcan tanto los llamados pronombres personales de tratamiento como las formas nominales, es decir, el uso de nombres propios, títulos, apodos y otras formas nominales que identifiquen a la persona referida*³⁷ (SILVA, 2011b, p. 303).

Após analisar e comparar nossos dados, verificamos que as formas de tratamento encontradas nos dois grupos também são variadas. Em ambos, os pronomes de tratamento entendidos como mais informais, isto é, “*Tú*” e “*Vosotros*” do EP e “*Você*” e “*Vocês*” do PB foram mais frequentes que os mais formais, como

³⁶ O tratamento é um sistema de significação que abarca as diversas modalidades de dirigir-se a uma pessoa. Trata-se de um código social que, se é desrespeitado, pode causar terríveis consequências negativas no relacionamento entre os interlocutores (2011b, p. 303). (tradução nossa).

³⁷ Termos que se referem ao par falante/ouvinte, como os vocativos usados para chamar a atenção do destinatário. Assim, as formas de tratamento abarcam tanto os chamados pronomes pessoais de tratamento quanto as formas nominais, ou seja, o uso de nomes próprios, títulos, apelidos e outras formas nominais que identifiquem à pessoa referida (SILVA, 2011b, p. 303). (tradução nossa).

“*Usted*” e “*Ustedes*” do EP e as formas nominais “O/a senhor/a”, “Os senhores” do PB. O Gráfico 2.4, abaixo, demonstra a comparação percentual entre as formas de tratamento em PB e EP:

Gráfico 2.4 – Comparação percentual entre as formas de tratamento em PB e EP

É interessante perceber que, em nosso *corpus*, ao contrário do que geralmente se diz ou se observa em estudos anteriores, não encontramos um maior uso dos pronomes de cortesia “*Usted/es*”, no grupo representante do EP. Estes pronomes poderiam ser os mais esperados em nosso *corpus*, visto que no ambiente empresarial (frequentemente caracterizado como um ambiente mais formal) comunicam-se pessoas de diferentes tipos de poder social e hierarquia e, dessa maneira, a possibilidade de que ocorram situações em que seja necessário reparar as relações, ou fazer que estas sejam harmoniosas, é mais esperada. Porém, em nossos *e-mails* representantes do EP, os falantes optaram pelo uso do pronome formal de cortesia (*Usted/Ustedes*) em 14% do total de *e-mails* apenas. Já o pronome “*Tú*” e “*Vosotros*”, usualmente caracterizados como os pronomes

informais, de solidariedade e afiliação foram escolhidos em **78%** dos casos. O pouco uso da forma “*Usted*” em um ambiente no qual poderia ser o mais esperado, leva-nos a refletir sobre o retrocesso do uso deste pronome na Espanha.

Haverkate (1994), sobre o tema, afirma que já há algumas décadas pode-se observar um progresso dos pronomes de solidariedade e uma queda dos pronomes de cortesia “*Usted/es*”. Silva (2011b) discute esta mudança nas formas de tratamento e afirma que tanto a sociedade espanhola quanto a brasileira passaram por mudanças em suas estruturas sociais, desde a Segunda Guerra Mundial, o que possibilitou uma maior abertura social e, desse modo, provocou também mudanças nos sistemas de tratamento das línguas. Observamos, principalmente nas línguas européias, segundo ele, uma mudança de um predomínio de relações assimétricas para um predomínio de relações simétricas. De acordo com o mesmo pesquisador

*Es posible pensar en una solidaridad formal, marcada por relaciones recíprocas formales (en francés vous/vous; en español, usted/usted; en portugués de Brasil o senhor/o senhor), y en una solidaridad informal, marcada por relaciones recíprocas informales (en francés tu/tu; en español, tú/tú; en portugués brasileño, você/você). Las sociedades cerradas del pasado, poco a poco, se transformaron en las sociedades abiertas del presente*³⁸ (SILVA, 2011b, p. 305-306).

É o que percebemos em nosso *corpus*. Parece que em ambientes empresariais, em ambas as línguas, prefere-se o uso de tratamentos recíprocos e informais, demonstrando, com isso, solidariedade informal.

³⁸ É possível pensar em uma *solidariedade formal*, marcada por relações recíprocas formais (em francês *vous/vous*; em EP, *usted/usted*; no PB o senhor/o senhor), e em uma *solidariedade informal*, marcada por relações recíprocas informais (em francês *tu/tu*; em EP, *tú/tú*; no PB, *você/você*). As sociedades fechadas do passado, pouco a pouco, se transformaram nas sociedades abertas do presente (SILVA, 2011b, p. 305-306).

No *corpus* representante do **PB** o pronome “Você/s”, característico do tratamento informal, também é mais usado que seu equivalente tratamento de cortesia “**O Senhor**” ou “**Os senhores**”. Neste grupo, optou-se pelo uso destas formas em **12%** do total de *e-mails*, já o uso de “**Você/s**” apareceu em **50%**, ou seja, uma diferença de 38 pontos percentuais. No grupo do PB, chama-nos a atenção a **falta de uma referência** de uma forma específica de tratamento, que aparece em **35%** dos *e-mails*. Nestes não havia nenhum verbo ou pronome que fizesse uma alusão específica a uma das possíveis formas de tratamento, formal ou informal. Percebemos, sim, o uso do primeiro nome do destinatário, um vocativo, como forma de tratamento, ao começar a interação. O uso do primeiro nome, como comentamos, pode ser uma demonstração de mais familiaridade, menos distância entre os locutores.

2.4 Primeiras conclusões

Por meio da análise de nossos dados acima, pudemos discutir algumas características básicas do gênero e-mail – caso da concisão – percebida nos dois grupos analisados. Encontramos, ainda, diferenças significativas na comparação das duas línguas estudadas, principalmente no que se referem a temas como a forma de abertura de um *e-mail* e suas formas de fechamento. Essas diferenças também nos surpreendem, visto que, apesar de serem línguas parecidas do ponto de vista estrutural, parecem fazer escolhas tão diversas do ponto de vista pragmático. Por meio desta reflexão sobre nosso *corpus*, pudemos observar os primeiros contrastes nas duas línguas selecionadas.

Podemos perceber possíveis diferenças socioculturais entre os grupos no que tange ao uso das estruturas paratextuais dos *e-mails*. Em **PB**, nossos dados apontam para uma **valorização do uso do primeiro nome para começar um e-mail**, o que não ocorreu em EP. Notamos também uma **não equivalência do uso das palavras “*Estimado/Prezado*”**, que apresenta uma frequência de uso diversa entre os grupos, maior no grupo representante do EP. Com respeito às **formas de fechamento**, os grupos também utilizaram expressões bastante diferentes para terminar uma interação de um *e-mail* empresarial. Enquanto que os **brasileiros** utilizaram com bastante frequência “**Obrigado/a**” para encerrar uma interação deste tipo, os **espanhóis** preferiram a expressão “**Saludos**”.

Com respeito às **formas de tratamento** utilizadas em um *e-mail*, obtivemos **resultados semelhantes** tanto em PB quanto em EP. As duas línguas e culturas preferem usar os **pronomes de tratamento informais** (“**Tú**”/“**Você**” / “**Vosotros**”/“**Vocês**”), classificados, em geral, como uma demonstração de solidariedade informal em seus *e-mails* empresariais. Este resultado nos leva a refletir sobre as formas de tratamento utilizadas em empresas, vistas como ambientes mais formais. Além disso, podemos comprovar, como afirmam estudos anteriores, o **retrocesso do pronome de cortesia “*Usted/es*”**.

No Capítulo três, a seguir, daremos início, efetivamente, a nossas análises. A partir das informações e reflexões expostas neste segundo capítulo, observaremos o funcionamento das formas de pedir e dar ordens nas duas línguas selecionadas. Buscaremos, com isso, relacionar o uso das formas e estratégias de cortesia com as duas diferentes línguas e culturas por nós selecionadas.

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE COMPARATIVA DOS DADOS

INTRODUÇÃO

Neste capítulo, apresentamos o resultado da análise do nosso *corpus*. Para isso, realizamos uma contagem da recorrência total de atos diretivos em cada um dos grupos e, em seguida, verificamos as diferentes formas e estruturas de pedir utilizadas. Após esta contagem e comparação dos dados, citamos alguns exemplos e refletimos acerca dos resultados, buscando uma relação com os estudos da cortesia.

Feita a contagem e reflexão dos atos diretivos, de suas estruturas e formas linguísticas mais recorrentes, passamos ao tema da atenuação. Do mesmo modo, especificamos, entre estes atos, quais possuem em suas estruturas, ao menos uma forma ou marcador de atenuação. Posteriormente, analisamos estes marcadores e averiguamos a diferença ou semelhança, em cada um dos grupos, no que toca à frequência de uso desta estratégia, às formas e estruturas preferidas e, ainda, à função que desempenham no ato de fala correspondente.

Após refletir sobre os usos e funções dos atenuadores, investigamos, entre estes, quais visavam a expressar afiliação ou autonomia. Julgamos relevantes os resultados encontrados ao comparar o EP e o PB.

No decorrer de nossas análises, notamos um aspecto que nos pareceu bastante significativo, principalmente, no grupo dos brasileiros: o papel dos agradecimentos. Já havíamos percebido, neste grupo, uma frequência bastante grande deste ato de fala para fechar uma interação via *e-mail*, segundo comentamos no Capítulo dois. Verificamos também, neste grupo, a importância deste ato de fala

expressivo, sobretudo, ao emitir atos diretivos. Notamos, durante nossa pesquisa, que o uso dos agradecimentos após um ato diretivo, em PB, era muito mais frequente que no grupo representante do EP. Dessa forma, decidimos dedicar uma seção deste capítulo a respeito de tal aspecto. Nosso objetivo, com esta seção, é tratar dos mais pertinentes conceitos a respeito dos agradecimentos e, após algumas reflexões, expor os dados encontrados. Buscaremos, novamente, semelhanças e diferenças no que toca à ocorrência e à função deste ato de fala. Tentaremos, com isso, refletir sobre os valores socioculturais existentes entre o PB e o EP.

Antes de dar início às nossas análises, parece-nos necessário, em primeiro lugar, retomar o conceito de ato diretivo. Recapitulamos, para isso, os conceitos de Searle, que define um **ato diretivo** como **todo ato de fala cujo propósito maior é levar o ouvinte a realizar uma determinada ação**. Vale ressaltar, novamente, que, entre os estudos da cortesia, estes atos podem ameaçar a face negativa ou a autonomia do interlocutor, uma vez que põem em cheque seu desejo de ter liberdade de ação e de não sofrer imposições por parte dos demais. Esclarecidos o significado e a função de um ato diretivo, passamos, na Seção 3.1, por fim, às análises comparativas de nossos dados.

3.1 Os atos diretivos em *e-mails* empresariais: análise comparativa dos dados

Após comparar os dados de nossos grupos – PB e EP–, podemos perceber algumas diferenças referentes aos seus atos diretivos. Inicialmente, notamos um número maior de pedidos no grupo dos brasileiros; encontramos ao menos um ato diretivo em 43 dos 68 *e-mails* em PB, o que representa 63% do total de *e-mails*

deste grupo. Já no grupo dos *e-mails* em EP, aparecem atos diretivos em 36 mensagens, 52% do total nesta língua, conforme observamos no Gráfico 3.1, a seguir:

Gráfico 3.1 – Percentual de *e-mails* que apresentam pelo menos um ato diretivo em PB e em EP

Feita a contagem da presença de atos diretivos em nosso *corpus*, passamos a verificar quais as formas de pedir eram as mais frequentes em cada um dos dois grupos e, nesta fase, encontramos dados e diferenças relevantes.

No grupo de *e-mails* escritos por brasileiros, em **PB**, observamos uma preferência pelo uso do **modo verbal imperativo**, o qual apareceu em **15%** dos atos diretivos encontrados. Em seguida, a segunda estrutura mais recorrente foram pedidos com os **verbos “Pedir” ou “Solicitar”**, que apareceu em **9%** dos casos. Em terceiro lugar, temos o uso de verbos usados no **futuro do pretérito** do PB, o qual se utilizou em **8%** do total dos atos diretivos encontrados.

Percebemos, então, que em PB, as três formas mais frequentes ao expressar um ato diretivo nesses *e-mails* empresariais são: **a forma verbal imperativa**, o uso de **verbos “Pedir”/“Solicitar”** e, também, o uso de **verbos no futuro do pretérito**.

No *corpus* representante do EP, por sua vez, não percebemos um maior uso de verbos no **imperativo**, como supúnhamos inicialmente. Esta forma, juntamente com o verbo no tempo **condicional**, são as duas mais usadas nos pedidos deste grupo. Cada uma representa **10%** de seus atos diretivos encontrados. Apesar de a forma imperativa aparecer nestes *e-mails* como uma das mais utilizadas, notamos que ela apresenta um número menor de ocorrências, com relação ao PB.

As três formas de pedir mais usadas em EP são, desse modo, formas com os **verbos no imperativo** e no **condicional**, conforme mencionamos no parágrafo anterior e, em terceiro lugar, representando **8%** dos atos diretivos deste grupo, o uso de **verbos como “Pedir”, “Solicitar”, “Rogar”**.

Vejamos, a seguir, exemplos das estruturas mencionadas acima, em PB e em EP, respectivamente:

7. De: F., D. [f.....@empresa.com]
Enviado em: segunda-feira, 11 de julho de 2011 15:00
Para: G., L. C. C.; R., D.
Assunto: RE: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls
L.,
Obrigado pela clareza. **Pls traduz esse email e responde em cima do email que mandou o J., copiando todas as pessoas que estão lá**

Thanks!
D. L. F.
Dados da empresa

68. De: S., C. B.
Enviada em: terça-feira, 20 de março de 2012 10:44
Para: S., A. C. F.
Cc: S., L.
Assunto: Ponderada x Ofertas

AC,

Sobre o CR 229, **peço que dê uma olhada em ND na diferença da Ponderada do produto ofertado Leve 4 pague 3 para a Ponderada de Ofertas.**

Veja que a diferença é enorme, nesse caso o que informamos ao cliente?

Obrigada!

C.
Dados da empresa

65. De: S., D. C.
Enviada em: quinta-feira, 22 de março de 2012 8:58
Para: S., A. C. F.; P., M.
Cc: S., L.; S., C. B.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Bom dia AC

Você poderia então formalizar que não podemos utilizar nenhuma variável causal para comparar com as não causais?

~
Obrigado

At.
D. C. S.
Dados da empresa

3. De: S. D. M. K.
Enviado em: não informado
Para: N., E. C. M.
Assunto: não informado

Estimado E.,

en archivo adjunto, te envío la presentación preliminar para el PM010 de TT.
Por favor, revisa y completa la información según consideres conveniente, especialmente lo marcado en rojo.
Además aprovecho de informarte que la reunión del PM010 tuvo que ser aplazada, ya que nuestros jefes se encuentran en viaje de negocios y no les es posible participar. En vez del viernes 28.03.08, la reunión del PM010 se realizará el viernes 4 de abril, mañana enviaré la invitación correspondiente vía Outlook.

Estaré a la espera de tus comentarios respecto a la presentación.
Saludos cordiales,
D. M. K.
Dados da empresa

6. De: S. D. M. K.
Enviado em: não informado
Para: N., E. C. M.
Assunto: não informado

Hola E.,

estoy intentando ubicarte por motivo de la reunión telefónica que teníamos planeada para hoy a las 10:00, pero no me es posible comunicarme contigo.
Podrías avisarme a qué hora te puedo llamar o simplemente comunicarte conmigo.

Muchas gracias
Saludos
D. M. K.
Dados da empresa

25. De: J.
Enviado em: não informado
Para: F., N.
Assunto: não informado

Hola N. y F.,

Un amigo y compañero de una empresa española está teniendo problemas a la hora de constituir una empresa en Brasil. **Ruego le ayudéis de la mejor manera.**

Se pondrán en contacto con vosotros.
Muchas Gracias
J.

É interessante notar que essas três estruturas representam, em ambas as línguas, as mais frequentes. O gráfico abaixo ilustra mais claramente essas e outras formas utilizadas:

Gráfico 3.2 – Comparação percentual entre as formas de pedir mais recorrentes em PB e em EP

Por meio da análise do Gráfico 3.2, é possível perceber que muitas formas de pedir possuem uma ocorrência de uso semelhante nos dois grupos, com uma variação pequena entre ambos. Um exemplo são aquelas que possuem verbos performativos “**Pedir/Solicitar**” em sua estrutura – que representam **9%** do total de formas de pedir em **PB** e **8%** do total de pedidos em **EP**. O uso dos verbos de

possibilidade, como **“Poder” sem o uso do condicional**, também apresenta uma quantidade similar em PB e em EP; esta forma aparece em **4%** dos atos diretivos em **PB** e em **2%** no grupo representante do **EP**, frequências similares. Outras estruturas que apresentam uma ocorrência de uso **semelhante** são os **verbos no futuro, verbos no condicional do EP/futuro do pretérito do PB** e os **atos totalmente indiretos**, de nível quatro, que segundo o Diagrama de Haverkate, discutido no Capítulo um, são os atos diretivos que não possuem qualquer indicação do conteúdo do ato exortado e tampouco uma marca de a quem vai dirigido.

Ainda de acordo com Gráfico 3.2, podemos perceber uma maior ocorrência de **atos diretivos de nível dois** no grupo representante do **EP**. Segundo o Diagrama de Haverkate, os atos de nível dois expressam, em sua estrutura, a petição ou a ordem, porém não a quem é emitida. Estes atos representam **7%** dos pedidos nesta língua, enquanto que, em **PB**, estes representam apenas **2%** das formas de pedir utilizadas. Exemplos que representam atos diretivos de nível dois aparecem em seguida:

19. De: S., M. R. A.

Enviado em: segunda-feira, 18 de julho de 2011 16:30

Para: G., L. C. C.; F., G. L.

Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.

Assunto: Faturamentos pendentes

Boa tarde L. / G.,

Segue planilha de pendências. Temos dois serviços que de acordo com as entregas devem ser faturados neste mês, porém ainda não recebemos as informações necessárias. (GR)

As evidências de entregas dos respectivos serviços deverão ser entregues até dia 22/07 para que possamos reconhecer a receita em Jul 11.

Obrigado

M.

68. De: A. São Paulo

Enviado em: Terça-feira, 25 de junho de 2013 16:50

Para: A. M. de A. <a.....@empresa.es>;
A. G. da S. <a.....@empresa.es>;
C. L. C. <c.....@empresa.es>;
C. F. de J.<c.....@empresa.es>;
"d.....@empresa.es" ;
D. S. <d.....@empresa.es>;
E. <e.....@empresa.es>;
E. B. <e.....@empresa.es>;
G. L. <g.....@empresa.com>;
I. C. C. <i.....@empresa.com.br>;
I. G. <i.....@empresa.com>;
J. A. <j.....@empresa.com>;
j. m. <j.....@empresa.es>;

Assunto: Importante_ Registro de entrada y salida

Queridos compañeros:

Me pongo en contacto con vosotros para recordaros que **es fundamental registrar vuestra presencia en la empresa en el equipo que se encuentra al lado de la fotocopidora**, en un intervalo máximo de cinco minutos antes de llegar y siete minutos después del horario.

Un fuerte abrazo a todos,

E.

Se analisarmos os **atos diretivos de nível três** do referido Diagrama, ou seja, atos de fala que não têm marcado nem o interlocutor nem o pedido, apenas seu objeto, verificamos o oposto do afirmado no parágrafo anterior. Há mais atos diretivos deste nível no grupo representante do PB, que no grupo do **EP**. Nesta língua estes atos representam apenas **2%** do total de pedidos, em **PB**, entretanto, esta forma é a escolhida em **6%** dos atos diretivos.

Se levarmos em consideração que os **atos de nível três e quatro** são os mais indiretos, então, poderemos comprovar que em **PB**, estes atos são mais utilizados que em EP, pois, somando-se suas ocorrências, veremos que representam **9%** dos atos diretivos emitidos por brasileiros. Em **EP**, no entanto, estes atos representam **3%** do total de pedidos, apenas. Sendo assim, parece haver, de fato, uma escolha maior por atos de fala indiretos no grupo do PB. A seguir,

apresentamos exemplos de atos indiretos de nível três em PB e em EP, respectivamente:

6. De: M. L. C. M. [mailto: L.....@empresa.com]
Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 07:09
Para: A., N.
Assunto: RES: Hair Color new launches!

N., boa noite

Estes produtos são em espuma? **Já existe alguma foto deste produto para que eu possa avaliar com a equipe?**

Obrigado!
L. C. M. M.
Dados da empresa

40. De: L. A.
Enviado em: não informado
Para: V.
Assunto: não informado

Estimado V.,

Le informo que conseguimos aproximadamente 12 contactos de empresas de materiales de construcción en la región de Fortaleza. Los contactos están actualizados y de ellos tenemos dirección, teléfono y e-mail. ¿Pudo conversar con las empresas? ¿Las empresas tienen interés en realizar la búsqueda comercial?

Quedo a la espera de su respuesta.

Atentamente
Atenciosamente,
L. A.
Dados da empresa

Outra estrutura que nos chama a atenção, se comparamos os dois grupos, é aquela que usa o verbo no **tempo condicional** (ou **futuro do pretérito** do Português). Em **EP**, contrariando nossas hipóteses, o uso do verbo no condicional representa **10%** do total de formas de pedir; em **PB**, contudo, o uso deste tempo verbal aparece em **8%** do total, uma frequência semelhante. Vale recordar que o uso do condicional em atos diretivos indica um ponto de referência separado do momento do ato de fala, não somente como uma distância temporal, mas,

principalmente como uma possível distância interpessoal criada pelo emissor da mensagem a fim de expressar mitigação, ou seja, cortesia atenuadora (HAVERKATE, 1994). Exemplos de atos diretivos que usam o verbo no condicional ou futuro do pretérito podem ser os já explicitados *e-mails* 6 do EP e 65 do PB, nos parágrafos anteriores³⁹.

No caso do **tempo verbal imperativo**, a recorrência, conforme comentamos anteriormente, foi maior em **PB**, ao contrário do que havíamos apontado – **15%** dos atos diretivos nesta língua foram enunciados com este tempo verbal, contra **10%** no grupo representante do **EP**. Conforme discutimos no Capítulo um, o uso do imperativo – apesar de ser considerado um verbo que expressa um pedido de forma direta, não exclui uma possível interpretação cortês. A interpretação da cortesia, conforme afirmamos por meio de Haverkate (1994), está associada também à situação comunicativa na qual é emitida. O uso de partículas pragmáticas – “Por favor”, “Por gentileza” – podem ser úteis, conforme notamos nos exemplos já apontados, para reduzir a ameaça da imagem negativa do interlocutor. A interpretação cortês, portanto, não depende de que esta oração seja imperativa, ela é, sim, determinada pela situação comunicativa que se expressa. Os *e-mails* sete, do PB e três, do EP⁴⁰, apresentados acima, são uma amostra deste tipo de ato diretivo direto, que utiliza, contudo, formas de cortesia – o uso do “Por favor” e, no caso do Espanhol, também o uso de um ato explicativo.

³⁹ Os atos diretivos aos quais nos referimos são, respectivamente: “*Podrías avisarme a qué hora te puedo llamar o simplemente comunicarte conmigo*” / “Você poderia então formalizar que não podemos utilizar nenhuma variável causal para comparar com as não causais?”.

⁴⁰ Os atos diretivos aos quais nos referimos são, respectivamente: “Pls traduz esse email e responde em cima do email que mandou o J.” e “*Por favor, revisa y completa la información según consideres conveniente, especialmente lo marcado en rojo*”.

O uso do **futuro** também nos pareceu um dado relevante. Estes atos podem ser considerados atos diretos, se nos baseamos na concepção de Haverkate (1994), pois se trata de um verbo que expressa diretamente a quem o ato diretivo vai dirigido. Pedidos que utilizam este tempo verbal aparecem, tanto em **PB** quanto em **EP**, somente em **2%** dos atos diretivos. Verificamos o uso deste tempo verbal nos e-mails 33 do PB e 24 do EP, a seguir:

33. De: C., D. F. B.

Enviado em: quinta-feira, 16 de junho de 2011 14:55

Para: R., W. F.; R, C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá pessoal,

Com base em nossa reunião do dia 13/6, segue um consolidado dos temas. Vejam se é isso mesmo.

Dividimos os próximos passos da seguinte forma:

- L. – **irá preparar uma apresentação sintética para nossa reunião com o E.**, que ficará para o seu retorno, talvez semana de 27/6 ou 01/7.

- D., W. e C. – **irão pesquisar alguns nomes para os temas mais recorrentes** (Gestão de Talentos e Gestão da Mudança), para que possamos levar como possíveis idéias no dia da apresentação ao E.

- **A recomendação do grupo será trabalhar com esses dois temas**, inicialmente.

-

Se faltou algo, por favor, sinalizem.

Obrigada.

D.

24. De: G.

Enviado em: não informado

Para: não informado

Assunto: não informado

Queremos recordaros que de acuerdo con nuestra Circular 1/2005 C., “**Las Cámaras deberán presentar dentro de los primeros 15 días laborables de cada semestre (ANTES DEL 20 DE ENERO DE 2009) el plan de actividades promocionales previstas para el mismo.** Este plan de actividades deberá contar con la aprobación del Jefe de la Oficina Económica y Comercial correspondiente. La presentación de este plan de actividades es condición previa a cualquier solicitud de subvención”

Saludos,

G.

Adjunto se remite informe de coyuntura correspondiente al mes de diciembre de 2008.

Un cordial saludo,

Conforme discutimos por meio de Bosque (1999), o uso do futuro, por representar uma forma direta de emitir pedidos/ordens, requer mais conhecimento sobre as noções de poder e distância social para ser utilizado, isso pode explicar sua baixa frequência em ambos os grupos. De fato, no *e-mail* 33, acima, quem emitiu os atos diretivos em questão parece possuir uma condição de maior poder hierárquico com relação a seus interlocutores, por isso, não há muitos elementos atenuadores neste ato de fala.

O Gráfico 3.2 mostra, também, um uso ligeiramente maior de estruturas que usam o verbo “Precisar” no grupo do PB (7% neste grupo e 4% no EP). Em contrapartida, notamos um maior uso de formas com verbos “*Tener/Ter*” ou “*Deber/Dever*” no grupo do EP – 4% neste e 2% no PB. Estes dados parecem-nos sugerir que o brasileiro tende a optar por formas que suavizem a imposição do ato diretivo sobre o interlocutor, estruturas que não expressem diretamente a quem vai direcionado o pedido.

Vejamos alguns exemplos comentados destes casos:

14. De: S., M. R. A.

Enviado em: sexta-feira, 12 de agosto de 2011 04:49

Para: P., L. F. S.

Cc: D., A. B. P.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

K.,

Segue status atualizado para Ago 11, tanto para faturamento suspenso quanto para confirmação de GR para reconhecer a receita no mês.

TABELA

No caso do LSDA uma dúvida, se já entregamos o estudo, porque a GR não foi liberada ainda?

Nos outros dois casos, precisamos de uma definição em relação a entrega e (envio da GR) pois como trata-se de um valor representativo, devemos tomar uma ação imediata para não haver surpresas no resultado da receita deste mês.

Outra pergunta, quando vc acha que fechamos a negociação do NPS para esse período?

Obrigado

Abs

M.

20. De: L., T. [L.....@empresa.com]

Enviado em: sexta-feira, 9 de setembro de 2011 11:26

Para: G, L. C. C.

Cc: L., M.

Assunto: RE: *Empresa ranking – lowest product level*

L.,

Estive conversando com o M. e acho que preciso de algo mto mais

simples. Apenas um ranking de produtos por vendas em valor P6M⁴¹

(produto no nível mais baixo que tiver, talvez seja versão), por formato 10-

19ck, 20-49Kc e 50+ck⁴².

-

Preciso disso apenas para uma análise simples de vendas por formato –

Espero que possa nos ajudar,

Obrigado,

T. L.

Dados da empresa

Nos *e-mails* 14 e 20 de nosso *corpus* em PB, percebemos que o remetente da mensagem prefere utilizar uma estrutura em que expõe a si mesmo – o verbo “Precisar” – à estrutura que impõe sua vontade ao interlocutor. Não existe nenhuma estrutura linguística no ato diretivo “precisamos de uma definição em relação a entrega” que faça menção direta ao destinatário do ato; nenhum pronome ou verbo que mostre que o interlocutor precisa dar-lhe uma informação. O mesmo acontece com o segundo exemplo: “acho que preciso de algo mto mais simples”.

Entendemos que o uso de verbos como “Precisar” pode ser um indicador de cortesia, pois mostra um tipo de deferência ao interlocutor, tenta respeitar sua autonomia ao diminuir o nível de imposição de seu ato diretivo. Com esta estratégia demonstra-se, conforme discutido anteriormente, mais respeito à autonomia do destinatário, visto que valoriza sua face negativa. Ao mesmo tempo, pode ser um convite a uma afiliação. O remetente, ao expressar que precisa de algo, convida seu destinatário a ajudá-lo, reforçando, assim, as atividades de afiliação entre eles.

⁴¹ Grifo nosso.

⁴² Grifos originais do *e-mail*.

Nos *e-mails* 9 e 16 em EP, a seguir, os remetentes das mensagens optaram por usar o verbo “*Deber*”, forma que demonstra o oposto do que discutimos no parágrafo anterior, ou seja, expressa claramente que está fazendo ao seu interlocutor um pedido, ou, até mesmo, uma ordem.

9. De: E. P. [mailto: e.....@empresa.com]
Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 08:44
Para: V.
Cc: L. C. R.
Assunto: RV: Incidencia en los informes
Gracias V. por informarnos de que has podido hacerlo, pero a nosotras no tienes que enviarnos el informe. **Debes enviárselo a la personal de O. que sea la receptora de dicha información.**
Un saludo.
E. P. G.
Dados da empresa

16. De: não informado
Enviado em: não informado
Para: P., N.
Assunto: não informado
Hola, buenos días
Os adjuntamos la convocatoria de las subvenciones para este año
El plazo para presentar las solicitudes se termina el próximo **2 de marzo**.
Debéis presentarlas en la Oficina Comercial para que el Consejero informe.
Recordar que debéis remitir un escrito dirigido al Director General diciendo cuanto queréis.
Como ya os hemos comunicado en un correo anterior, no podremos pagaros mientras no estén presentadas las cuentas de 2009 Auditadas por una empresa ajena a la Institución.

Saludos

É interessante perceber que no segundo ato diretivo do *e-mail* 16, em EP, além do verbo “*Deber*”, o remetente da mensagem utiliza também um verbo no modo infinitivo: “*Recordar que debéis remitir un escrito dirigido al Director General diciendo cuanto queréis*”. Podemos entender o uso do verbo “*Recordar*”, como uma forma equivalente ao tempo imperativo, conforme verificamos em nosso Capítulo um, pois, Bosque (1999) afirma que um pedido com o infinitivo, em EP, como já observamos anteriormente, representa uma similaridade com pedidos que usam o

verbo no imperativo, já que apresentam uma semelhança fonética com este tempo verbal.

Dessa forma, o remetente da referida mensagem procurou ser bastante claro em seus atos diretivos, pois usa duas estruturas que fazem menção direta a seu interlocutor, ou seja, expressa nitidamente que espera que seu destinatário realize a ação proposta por ele.

Apesar de poucas vezes no grupo do **EP**, pedidos com **verbos no infinitivo** aparecem em **2%** dos casos. Esta baixa representatividade do infinitivo para formular pedidos em EP, corrobora a afirmação de Bosque (1999, p. 3911), sobre a pouca ocorrência deste tempo verbal no meio escrito. No caso do PB, podemos entender o uso do infinitivo como uma ausência de marcação direta ao destinatário da mensagem, ou seja, mais uma vez, podemos perceber a tentativa de não imposição, por parte dos brasileiros.

Exemplos do uso do infinitivo no *corpus* do **PB** não são tão raros como em EP, representam **5%** dos pedidos desse grupo. Vejamos algumas amostras:

42. De: M.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezado

Solicito realizar revisão e complemento de vossa proposta atendendo as indicações feitas na planilha anexa, cada célula possui comentário sobre a necessidade de ajuste, esclarecimento ou complemento.

Peço confirmar o recebimento deste e-mail

Peço enviar vossa proposta técnica revisada de forma impressa e eletrônica aos meus cuidados no endereço abaixo até 31/10 às 12h00'. Caso haja atraso na entrega ou divergência na documentação solicitada vossa proposta poderá ser reprovada. Não está prevista nova solicitação de ajuste ou correção.

Favor encaminhar a proposta comercial revisada em envelope fechado exclusivamente ao Sr. R. W. no Ed. B. situado à Rua L. M., 158 – 6º andar

– V. O.

Grato

M.

Neste *e-mail*, além do pedido somente com o infinitivo: “Favor encaminhar a proposta [...]”, o remetente opta por usar verbos do tipo “Pedir/Solicitar” com seus verbos auxiliares todos no infinitivo, conforme comentamos acima. Parece-nos, neste caso, uma tentativa de suavizar a força ilocutiva dos pedidos, uma possível estratégia atenuadora de cortesia. O remetente, nestas interações, demonstra prevenir uma imposição direta ao seu interlocutor, evitando estruturas do tipo “Peço que encaminhe”, ou “Peço que envie”, as quais expressam claramente a quem vai dirigido o ato diretivo.

Nos próximos exemplos, podemos verificar outros usos de verbos como “Pedir” ou “Solicitar” em PB e em EP, respectivamente, sem o uso do verbo auxiliar no infinitivo:

12. De: S., M. R. A.
Enviado em: terça-feira, 06 de setembro de 2011 09:33
Para: P., L. F. S.
Cc: D., A. B. P.
Assunto: RES: Faturamentos pendentes *empresa*
Bom dia K.,
Os casos abaixo estão com receita alocada para Set. 11.
Peço que confirme se realmente teremos a entrega e a liberação do GR para garantirmos a alocação destas receitas no mês.

Obrigado
M.

68. De: S., C. B.
Enviada em: terça-feira, 20 de março de 2012 10:44
Para: S., A. C. F.
Cc: S., L.
Assunto: Ponderada x Ofertas

AC,

Sobre o CR 229, **peço que dê uma olhada em ND na diferença da Ponderada do produto ofertado Leve 4 pague 3 para a Ponderada de Ofertas.**

Veja que a diferença é enorme, nesse caso o que informamos ao cliente?

Obrigada!

C.
Dados da empresa

58. De: M. B. [mailto: b.....@empresa.es>
Enviado em: Sexta-feira, 16 de novembro de 2007 08:31
Para: J. A. de O.; j.....@empresa.mx; J. O.;
f.....@empresa.mx; J. C.; H. Q.; L. O.; J. C. F.; P. P.; E. P.; H. T.; R.
de B. C.; C. M.; R. B. O. de O.; F. M. A.; E. B.; R. H.; C. G. F.; R. S.; L. B.; L.
E. I.; G. A.; J.G.; j.....@empresa.com.ar
Assunto: Cambio en la Dccon. de Explotación
Estimados,
Pongo en vuestro conocimiento que A. M. L. deja la Dirección de
Explotación para pasar a desempeñar las funciones de director de
explotación de la autopista Eje Aeropuerto.
Para cubrir el puesto de responsable del control técnico y de inversiones de
las concesionarias en explotación, se ha incorporado a nuestra empresa M.
A. G., al que conoceréis en próximamente y **para el que os pido todo
vuestro apoyo, tal como habéis venido haciendo en estos años con A.
M.**
Un saludo,
M. B.

23. De: J. M. C.
Enviado em: não informado
Para: P., N.
Assunto: não informado
Se adjunta el resumen del primer Consejo de Ministros del año.
Como ya se informó, estará disponible en la Intranet C., en la dirección
www.xxxxxx.net/intranet , donde podréis ir encontrando documentos, fotos
de actividades, videos de presentaciones, etc..., y **para la que os pido el
envío de información que queráis compartir con el resto de las C., que
debeis enviar al administrador de la web C.**
J. M. C.

Nos casos acima, percebemos, sim, atos diretivos que usam estruturas mais diretas. Nesses *e-mails*, há a pessoa a quem vai dirigido o ato e também o objeto requerido.

Até este momento, discutimos os dados que mostram o uso das diferentes formas e estruturas linguísticas utilizadas para formular um ato diretivo em PB e em EP. Verificamos quais as formas são as mais utilizadas em cada uma das línguas e percebemos, por meio da comparação dos dados, algumas semelhanças e divergências no que toca ao funcionamento deste ato de fala.

Notamos, por exemplo, que as **três formas mais frequentes** usadas nos e-mails empresariais são as mesmas nas duas línguas: o **tempo verbal imperativo**, pedidos com **verbos do tipo “Pedir/Solicitar/Rogar”** e o uso do verbo no **condicional/futuro do pretérito**, o que pode indicar pedidos característicos do ambiente empresarial.

Podemos constatar, além disso, que o **uso do imperativo** foi mais **frequente** em **PB**, contrariando nossas hipóteses iniciais. O uso do verbo no **condicional/futuro do pretérito**, no entanto, foi ligeiramente **maior** em **EP**, igualmente ao contrário do que prevíamos. Os **atos diretivos indiretos de nível três e quatro**, contudo, de fato, são **mais utilizados** por brasileiros, em **PB**, conforme presumimos em nossas hipóteses iniciais.

Pareceu-nos interessante notar, da mesma forma, a **maior frequência**, em **PB**, de estruturas as quais **evitam um apontamento direto** ao interlocutor, e, diminuem, desse modo, o grau de imposição de um pedido. Exemplos dessas estruturas podem ser os **atos indiretos de nível três e quatro**, verbos como **“Precisar/Necesitar”**, o uso do **infinitivo**. Em **EP**, ao contrário, verificamos um uso menos frequente dessas estruturas e um **uso maior** de verbos do tipo **“Deber/Tener”**, por exemplo, que possuem a função oposta, ou seja, são verbos que **apontam diretamente** ao interlocutor e expressam de forma clara um pedido/ordem. Outras estruturas mais diretas são os **atos diretivos de nível dois** – mais diretos –, mais frequentes em **EP**, conforme já mencionamos.

Os dados e exemplos discutidos nos parágrafos anteriores parecem demonstrar que nossas hipóteses, de que **brasileiros seriam mais indiretos que espanhóis e que, portanto, usariam menos a forma verbal imperativa**, uma das

estruturas mais diretas para expressar atos diretivos, **não seriam totalmente confirmadas**. Parece, sim, haver um maior uso de formulações indiretas, as quais evitam o apontamento direto ao interlocutor. No entanto, o uso do imperativo, característica de um ato direto, foi também o mais recorrente entre todas as formas.

Para confirmar ou não nossa hipótese inicial, precisamos verificar, não somente as estruturas e formas de pedir utilizadas pelos dois grupos, mas também a ocorrência de formas de atenuação nestes atos. Conforme refletimos por meio de Briz (1998), uma das funções da atenuação é expressar cortesia; além disso, usa-se a atenuação como estratégia – uma maneira de mitigar um pedido, de preservar a imagem e, assim, alcançar um objetivo de forma mais rápida e eficiente.

Em nossa próxima seção, analisaremos, portanto, o uso e o papel que podem desempenhar os atenuadores nos pedidos de cada um dos grupos de nosso *corpus*.

3.2 Os atos diretivos e os marcadores de atenuação

Ao longo do Capítulo um, discutimos o conceito, as funções e os tipos de atenuadores em um ato diretivo. Verificamos que a **atenuação** é uma **modificação pragmática de um enunciado**, que se usa com o objetivo de mascarar ou **suavizar** seus reais **significados**. Atenuamos um enunciado, seja diminuindo a força do que se diz ou a forma como se diz, seja protegendo a própria imagem e a do interlocutor, para **evitar um desequilíbrio na interação**. Por meio dos estudos de Albelda (2010) e Briz (1995, 1998, 2003) discutimos, igualmente, acerca dos dois tipos de atenuação: a atenuação do conteúdo proposicional e a da força ilocutiva de um ato de fala.

Para dar continuidade a nossas análises, verificamos a quantidade de atos diretivos que possuíam ao menos uma forma de atenuação em sua estrutura. Ao comparar os resultados, fomos igualmente surpreendidos. Os grupos mostram divergências quanto à frequência de uso desta estratégia e também quanto às formas de atenuar mais utilizadas.

No grupo do **PB**, notamos o uso desta estratégia em **53%** dos atos diretivos emitidos. Já o grupo do **EP** apresenta alguma forma de atenuação em apenas **23%** dos atos diretivos, ou seja, uma diferença de 30 pontos percentuais (Vf. Gráfico 3.3).

Gráfico 3.3 – Comparação percentual de recorrência de atenuação nos atos diretivos em PB e em EP

Parece-nos interessante este maior uso nas formas de atenuação em PB, visto que com este resultado, podemos refletir com mais profundidade sobre uma de nossas hipóteses: a de que brasileiros seriam mais indiretos na forma de fazer um pedido. Embora nossos dados, em PB, mostrem uma recorrência maior que em EP, com respeito ao uso do tempo verbal imperativo, o modo de ser indireto parece passar também pelas formas de atenuar um pedido, não apenas pelo ato de fala em si.

O Gráfico 3.3, acima, parece demonstrar que brasileiros, em mais da metade das ocasiões, preferem emitir seus pedidos de forma atenuada. Os espanhóis parecem lançar mão da atenuação em uma minoria dos casos, em 23%, conforme ilustra o mesmo gráfico. Esse resultado pode indicar-nos uma diferença cultural entre os grupos. Os espanhóis parecem, de fato, fazer da atenuação uma estratégia, apenas um modo de conseguir um objetivo de forma eficaz, segundo comentamos por meio de Briz (1998), o que não parece ser o caso dos brasileiros. Neste grupo, a atenuação parece funcionar como uma forma de cortesia atenuadora: atenua-se um pedido, preservam-se ambas as imagens em questão e demonstra-se, com isso, solidariedade.

É importante ressaltar, neste momento, que há varias formas de atenuar em um ato diretivo e, muitas vezes, usa-se mais de uma estrutura ou tipo de atenuação em um mesmo ato. Desse modo, não dividiremos, em nossas análises, o uso da atenuação apenas pelos dois tipos discutidos anteriormente (a atenuação do conteúdo proposicional e a atenuação da força ilocutiva de um ato de fala). Observaremos as estruturas linguísticas utilizadas nos dois grupos, e, a partir dos resultados, comentaremos os dados mais expressivos.

No que diz respeito às formas de atenuação utilizadas, nosso material também nos dá indicativos relevantes para nossas análises. Procuramos as diversas possibilidades de atenuação e as separamos em grupos, de acordo com os estudos de Briz (1998), Haverkate (1994) e Albelda (2010). A comparação entre as formas mais frequentes em EP e PB pode ser vista no Gráfico 3.4, abaixo:

Gráfico 3.4 – Comparação percentual das formas de atenuação mais usadas em PB e em EP

Por meio da análise do gráfico anterior, podemos perceber que, em PB, existe uma regularidade maior entre as formas de atenuação utilizadas. No EP, contudo, além de notarmos um uso muito menor desta estratégia, parece haver uma heterogeneidade com respeito aos atenuadores, pois em 7% dos casos, apareceram formas e estruturas com a função de atenuar um ato diretivo, sem haver, no entanto, uma regularidade entre elas; são formas que apareceram uma única vez. A seguir, apresentamos um exemplo deste caso em nosso *corpus* de *e-mails* em EP:

32. De: J. <j.....@empresa.net>
Enviado em: terça-feira, 26 de dezembro de 2006 17:41
Para: A. <a.....@empresabrasil.es>
Assunto: Reenv: Feliz Navidad

-----Mensaje original-----
De: J.....@empresa.net
Recibido: 26/12/2006 20:35
Para:
Asunto: Feliz Navidad

Querida A.: Te ruego transmitas a todas las personas de *Empresa Brasil*, empezando por su Presidente J. C., de mi parte, mi más cordial felicitación en estos días navideños y que el año 2007 sea el mejor de todos. Yo mantendré el recuerdo de ese excelente equipo, profesional y humanamente hablando, durante mucho tiempo sin duda. Es una de las

pocas cosas que realmente echo de menos: Mis viajes a Sao Paulo para ver a mis buenos amigos de *Empresa Brasil*.

He preferido mandar un único email para todos, por lo que te agradezco lo traslades a todos en mi nombre. Un fuerte abrazo para todos. J. N.

No exemplo do *e-mail* 32, acima, notamos um ato de fala expressivo – um agradecimento – usado para expressar um pedido. Percebemos que o enunciado “*por lo que te agradezco lo traslades a todos en mi nombre*”, quer dizer, em realidade: “*Traslada a todos en mi nombre*”. O agradecimento, neste caso, pode indicar uma expressão de cortesia, já que o emissor da mensagem demonstra sentir-se agradecido pelo favor que sua interlocutora fará por ele, demonstrando-lhe, dessa forma, afiliação.

O Gráfico 3.4 permite-nos perceber, com relação ao PB, que uma das formas mais utilizadas para atenuar um ato diretivo é a expressão “Por favor” ou seus derivados, como “Pls”, palavra abreviada do inglês, “*Please*”, ou ainda “Por gentileza”, acompanhados, ou não, por outra forma de atenuação, como podemos verificar nos exemplos a seguir:

33. De: C., D. F. B.

Enviado em: quinta-feira, 16 de junho de 2011 14:55

Para: R., W. F.; R., C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá pessoal,

Com base em nossa reunião do dia 13/6, segue um consolidado dos temas. Vejam se é isso mesmo.

Dividimos os próximos passos da seguinte forma:

- L. – irá preparar uma apresentação sintética para nossa reunião com o E., que ficará para o seu retorno, talvez semana de 27/6 ou 01/7.
- D., W. e C. – irão pesquisar alguns nomes para os temas mais recorrentes (Gestão de Talentos e Gestão da Mudança), para que possamos levar como possíveis idéias no dia da apresentação ao E.
- A recomendação do grupo será trabalhar com esses dois temas, inicialmente.

Se faltou algo, por favor, sinalizem.

Obrigada.

D.

40. De: C.
Enviado em: não fornecido
Para: não fornecido
Assunto: não fornecido

Srs,
Por gentileza informar o valor estimado (possível) de faturamento de lampadas para outubro....
Por favor preciso da informação (basta valor net) **ate a tarde da 5ª feira(13/10).....**
Vejam se ha faturamentos para outubro de LA dos representantes....
Fico no aguardo,
Grato
C.

Estas formas de atenuação apareceram em **24%** dos atos diretivos do **PB** e em somente **8%** dos atos diretivos em **EP**. Como única forma de atenuação, no entanto, “**Por favor**” e seus derivados aparecem em **18%** dos atos diretivos em **PB**, contra apenas **2%** em EP, uma diferença considerável.

É interessante notar que Haverkate, sobre os usos pragmáticos da interjeição “*Por favor*”, em EP, afirma que esta expressa, em geral, pedidos não convencionais nesta língua, ela acrescenta ao pedido “*la información de que el hablante considera que el acto pedido cae fuera del patrón interactivo corriente. Se trata, pues, de actos no rutinarios*”⁴³ (1994, p. 202). Isto explicaria o baixo uso desta forma de cortesia em EP. Em PB parece não funcionar da mesma maneira, dada à frequência de uso desta forma de cortesia. Abaixo, veremos alguns exemplos do uso desta estratégia, também em EP:

18. De: não informado
Enviado em: não informado
Para: P., N.
Assunto: não informado

⁴³ A informação de que o falante considera que o ato pedido sai do padrão interativo corrente. Trata-se, então, de atos pouco frequentes.

Hola N. y P.,

Todo listo para evento de esta noche. Adjunto el listado de inscritos especificando quien es socio para el tema del pago en el restaurante. Si alguien decide darse de alta, ok con no pagar la cena pero hemos de saber quién es para poder hacerle seguimiento.

Por favor no se olviden de hacer unas cuantas fotos para la web.

Espero que pasen un muy buen rato.

Saludos y muchas gracias por todo

57. De: P. M. M. [m.....@empresa.es]

Enviado em: Segunda-feira, 25 de abril de 2005 14:45

Para: j.....@empresa.ar; A. I.

Assunto: Certificados

Estimados amigos.

Los certificados los haremos como siempre sin tener en cuenta los modelos. Así pues me remito a mi primer correo donde os daba cuenta de la metodología que debemos seguir.

Por favor, poneros en contacto conmigo cuando podáis, por correo electrónico o Tfl.

Un abrazo.

P. M.

Percebemos, ademais, por meio do Gráfico 3.4, que o **ato explicativo** pode representar uma forma de atenuação relevante nas duas línguas, principalmente em **PB**, pois representa cerca **14%** dos atenuadores nesta língua. Em **EP**, no entanto, encontramos esta estratégia atenuadora em apenas **8%** dos atos diretivos com atenuantes. Um ato explicativo pode ser entendido como uma justificativa do locutor por estar ameaçando sua autonomia e pedindo-lhe que faça algo; uma tentativa de minimizar e justificar a imposição de seu ato de fala. Existem, porém, diferenças quanto ao uso desta forma entre os grupos. Em PB, usa-se com mais frequência somente o ato explicativo, enquanto que em EP, ele é mais comum acompanhado de um verbo no condicional. Vejamos alguns exemplos tirados do *corpus*:

5. De: S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.
Assunto: não informado

Estimado E.,

Estarías de acuerdo en la realizar nuestra conferencia telefónica a las 10:00 de la mañana, en vez de a las 9:00 como habíamos acordado ayer.

Tengo justo una reunión que se podría demorar un poco más de lo planificado y no me gustaría dejarte esperando.

Si estás de acuerdo, te llamo alrededor de las 10:00 en Brasil y procedemos con nuestra reunión en Netmeeting para completar el L. C. T.

Gracias por tu comprensión

Saludos cordiales

D. M. K.

Dados da empresa

8. De: S. A. V. [mailto: a.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 17:26

Para: V.

Assunto: RE: Incidencia en los informes

Hola V.,

Necesitaría el informe de febrero. **El que me envías de enero está descuadrado el activo y el pasivo!**

Gracias. Un saludo,

S.

O uso associado dessas duas formas de atenuar parece ter a função de minimizar a força de um pedido, por meio do verbo no condicional, além de demonstrar respeito por sua autonomia. O uso do condicional, nestes casos, parece indicar-nos um maior grau de cortesia que outros tempos verbais, já que expressa, além de uma distância temporal com relação ao presente, também uma distância pessoal entre os participantes dessas interações (HAVERKATE, 1994). O emissor da mensagem demonstra deferência ao seu interlocutor ao minimizar, não somente a força de seu pedido, mas também ao explicar-lhe sua razão. No *corpus* representante do PB, os atos explicativos aparecem, da mesma maneira, acompanhados do condicional, porém as formas mais recorrentes apareceram com o ato explicativo sem o uso deste tempo verbal, como nos exemplos abaixo:

11. De: S., M. R. A.

Enviado em: segunda-feira, 19 de agosto de 2011 11:27

Para: Grupo XI

Cc: D., A. B. P.; P., L. F. S.; N., I. C. C.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes *empresa*

L. / G.,

Estamos realocando a receita do MMM (171k) para Out.11. (assim que tiverem a confirmação de entrega deste serviço, **nos informem para que possamos provisionar a receita do mês correto**)

Sobre o KDB (259k) ficamos no aguardo da GR + JOB (conforme abaixo) para lançar esse contrato no SAP.

O LSDA está ok e será faturado esta semana.

Obrigado

M.

19. De: S., M. R. A.

Enviado em: segunda-feira, 18 de julho de 2011 16:30

Para: G., L. C. C.; F., G. L.

Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.

Assunto: Faturamentos pendentes

Boa tarde L. / G.,

Segue planilha de pendências. Temos dois serviços que de acordo com as entregas devem ser faturados neste mês, porém ainda não recebemos as informações necessárias. (GR)

As evidências de entregas dos respectivos serviços deverão ser entregues até dia 22/07 para que possamos reconhecer a receita em Jul 11.

Obrigado

M.

Outro dado que nos parece interessante comentar é o uso de verbos do tipo “**Acreditar/Achar/Imaginar**” somente no grupo do **PB**. Neste grupo, essa forma representa **9%** dos atenuantes. Estes verbos são atenuadores, pois tem a função de proteger a imagem do próprio emissor da mensagem, além de diminuir, da mesma forma, o grau de imposição do pedido.

Vejamos algumas amostras nos *e-mails* 61 e 20, a seguir:

61. De: S., L.

Enviada em: quarta-feira, 28 de março de 2012 18:26

Para: R., F. C. M.

Assunto: ENC: Ponderada x Ofertas

F.,

Estamos enfrentando problemas por conta da diferença de distribuição ponderada de um item ofertado (leve 4 pague 3, por exemplo) e sua distribuição ponderada de ofertas.

Entendemos a questão das diferentes metodologias, mas é difícil justificar isso para o cliente.

Imagino que você já tenha visto casos parecidos e gostaria de conversar com você sobre isso. Há alguma chance de correção destes números? Como a *empresa* comunica oficialmente essa questão aos clientes?

Pode me ajudar?

Beijos e obrigada,
L.S.
Dados da empresa

20. De: L., T. [L.....@empresa.com]
Enviado em: sexta-feira, 9 de setembro de 2011 11:26
Para: G, L. C. C.
Cc: L., M.
Assunto: RE: *Empresa ranking – lowest product level*

L.,
Estive conversando com o M. e **acho que preciso de algo mto mais simples. Apenas um ranking de produtos por vendas em valor** P6M (produto no nível mais baixo que tiver, talvez seja versão), por formato **10-19ck, 20-49Kc e 50+ck.**
-

Preciso disso apenas para uma análise simples de vendas por formato –
Espero que possa nos ajudar,
Obrigado,
T. L.
Dados da empresa

Percebemos, nos *e-mails* citados acima, que a função dos verbos “Imaginar” e “Achar” é a de diminuir ainda mais o grau de imposição dos pedidos que expressam e de distanciar a própria responsabilidade pelo pedido. Estes verbos, acompanhados de outras formas consideradas mais indiretas de pedir⁴⁴, têm a função de atenuar o grau de imposição do ato diretivo emitido.

Nossas análises acima parecem comprovar a importância do uso dos atenuadores para os atos diretivos de ambos os grupos analisados. No entanto, podemos verificar uma maior relevância dos atenuadores no grupo do PB, devido à

⁴⁴ “Precisar”, o uso do condicional e, até mesmo, outras partículas pragmáticas que suavizam o pedido em si, como “mto mais simples”, ou, ainda, a palavra “Apenas”, que suaviza o objeto do pedido no *e-mail* 20.

quantidade muito maior de ocorrência dessas formas neste grupo que no EP. Enquanto que mais da metade de pedidos em PB (53%) lançam mão de diferentes tipos de atenuadores, observamos o contrário em EP, grupo no qual a maior parte de pedidos emitidos (29% destes) não utilizou nenhum marcador de atenuação.

Os atenuadores, como pudemos observar, são bons exemplos de demonstrações de cortesia nos *e-mails* empresariais. Percebemos, por meio da comparação dos dados, que esta estratégia parece possuir funções distintas nas culturas brasileira e espanhola. Além disso, as formas atenuadoras podem apresentar boas pistas, no que se refere também a atividades de autonomia ou afiliação, conforme conceitos de Bravo (1999), discutidos em nosso Capítulo um. Na próxima seção, verificaremos como as estruturas e formas de atenuação podem expressar estas atividades entre os grupos e como ou quanto essas representações são diferentes ou semelhantes.

3.2.1 Os atenuantes e a expressão de afiliação e autonomia

Para observar as questões de autonomia e afiliação nos *e-mails* empresariais de nosso *corpus*, é preciso retomar estes conceitos, já explicitados no Capítulo um. Bravo (1999) propõe os termos autonomia e afiliação como uma ampliação dos estudos sobre as faces positiva e negativa, de Brown e Levinson (1978). Segundo Bravo, a **autonomia** refere-se à **percepção** que um indivíduo tem **de si mesmo** e à **percepção que os demais possuem dele**, como alguém diferente, que possui seus **próprios desejos** e pretende ser **respeitado** por isto. A **afiliação**, por sua vez, é o desejo deste mesmo indivíduo de ser **aceito pelo grupo** e de ser visto como **parte dele**. Conforme já discutimos, a diferença entre os conceitos de afiliação e

autonomia e as faces positiva e negativa é a possibilidade de definir aquelas de acordo com cada situação; não são categorias fechadas, como afirmaram Brown e Levinson em seus estudos sobre as faces.

Discutimos, ainda, a importância da cortesia com relação às atividades de autonomia e afiliação, dado que, se alguma dessas categorias são afetadas, ou seja, se não sou respeitado por meus pensamentos e desejos, ou se não posso ser considerado como parte de determinado grupo, ocorre um desequilíbrio na interação, o qual pode, até mesmo, gerar um possível conflito. A fim de evitar este desequilíbrio potencial, os interlocutores usarão a cortesia e a atenuação para evitar ameaçar a autonomia do meu interlocutor e, igualmente, para promover uma afiliação, uma empatia, fazer que meu interlocutor sinta-se parte do grupo e convidado a colaborar.

Sabemos que a expressão dessas atividades está diretamente relacionada a questões de distância e poder social. Nosso *corpus*, no entanto, está baseado no anonimato; não sabemos, dessa forma, que relações de poder e distância social existem entre os participantes dos *e-mails* coletados. A fim de verificar essas questões, independente das relações de distância e poder social, optamos por verificar, entre os marcadores de atenuação encontrados em cada grupo, quais possuem a função de expressar autonomia e quais têm a intenção de expressar afiliação. Em seguida, contrastamos os dados entre os grupos e, da mesma forma, encontramos resultados diferentes entre o PB e o EP. O Gráfico 3.5, a seguir, demonstra os resultados:

Gráfico 3.5 – Comparação percentual das formas de atenuação que expressam autonomia ou afiliação em PB e em EP

Pela análise do gráfico anterior, verificamos que há, em ambos os grupos, uma predileção por demonstrar afiliação. Apesar disto, verificamos, entre o grupo do PB, uma relevância maior dos atenuantes que demonstram afiliação, ou seja, que expressam cortesia de solidariedade. Enquanto que **43%** do total de atenuantes usados em **PB** demonstram **afiliação**, em **EP** temos um uso de **15%** de atenuantes com esta mesma função. Os atenuantes que visam a expressar **autonomia**, a valorizar a liberdade de ação do interlocutor, por sua vez, apareceram em **8%** dos atenuantes em **EP**. Em **PB**, contudo, aparecem em somente **10%** dos casos.

Estes dados parecem demonstrar-nos que, em ambientes empresariais, será mais comum a expressão de afiliação entre os participantes. Neste ambiente, parece-nos que, ao demonstrar que meu interlocutor é aceito como parte do grupo, ao demonstrar empatia, as chances de conseguir meus objetivos serão maiores. Por outro lado, percebemos que esta característica é ainda mais valorizada no grupo de *e-mails* escritos por brasileiros.

Nos e-mails 23 e 34, do PB, podemos perceber o uso de atenuantes que visam a expressar afiliação com os interlocutores destinatários:

23. De: L., T. [mailto: L.....@empresa.com]
Enviado em: quarta-feira, 24 de agosto de 2011 15:51
Para: G, L. C. C.
Cc: O., D.
Assunto: RES: Empresa data per SKU – Empresa

L.,
Como vai? Espero que bem desde o nosso treinamento de retail índice da semana passada ☺ Estive falando com o D. e **talvez vc possa me ajudar com** a obter as informações abaixo quebrado por SKU para os 3 formatos: **10-19ck**, **20-49kc** e **50+ck**⁴⁵

Categorias:

Dados das categorias da empresa

O report pode ser em um mesmo excel, em 3 sheets diferentes: **10-19ck**, **20-49kc** e **50+ck**⁴⁶

Obrigado pela ajuda,
T. L.
Dados da empresa

34. De: C., D. F. B.
Enviado em: quinta-feira, 9 de junho de 2011 15:20
Para: R., W. F.; R, C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.
Assunto: Fórum de Gestão de Negócios
Prioridade: Alta

Olá pessoal,
Tudo bem?

Abaixo, **compartilho com vocês** os retornos que recebi quanto aos temas. O B. pediu que assim que tivermos os temas organizados ele gostaria que façamos uma apresentação ao E. Já estou verificando com a D. I. uma data para essa nossa apresentação. Ele acredita que será algo de 30 minutos para mostrarmos ao E. nosso plano de implementação do Fórum e definições dos temas.

Gostaria de agendar uma reunião com vocês antes disso, para discutirmos sobre os temas que surgiram e caso algum de nós tenha algum outro tema a agregar, que possamos fazer isso nessa reunião.

Agendarei em seguida um horário para nossa reunião.

⁴⁵ Grifos originais presentes no e-mail.

⁴⁶ Grifos originais presentes no e-mail.

Até mais,
D.

No *e-mail* 23, acima, percebemos que, antes de expressar seu pedido, o remetente da mensagem demonstra interesse pelo seu destinatário, por meio da pergunta “Como vai? Espero que bem desde o nosso treinamento de retail index da semana passada ☺”. Além disso, o uso do *emoticon* também pode ser considerado um atenuante com intenção de demonstrar empatia, acercamento, ou seja, afiliação, com seu interlocutor.

O *e-mail* 34, por sua vez, utiliza a primeira pessoa do plural – nós, com o objetivo de manifestar, da mesma forma, afiliação com os demais destinatários. O remetente faz que todos se sintam parte do grupo ao compartilhar a mensagem e demonstra, ademais, importar-se com suas opiniões, ao expressar que gostaria de dividir o tema em questão para que todos possam colaborar.

Nos *e-mails* 58 e 59 do EP, verificamos, igualmente, uma tentativa de expressar empatia com seus interlocutores:

58. De: M. B. [mailto: b.....@empresa.es]
Enviado em: Sexta-feira, 16 de novembro de 2007 08:31
Para: J. A. de O.; j.....@empresa.mx; J. O.; f.....@empresa.mx; J. C.; H. Q.; L. O.; J. C. F.; P. P.; E. P.; H. T.; R. de B. C.; C. M.; R. B. O. de O.; F. M. A.; E. B.; R. H.; C. G. F.; R. S.; L. B.; L. E. I.; G. A.; J.G.; j.....@empresa.com.ar
Assunto: Cambio en la Dccon. de Explotación

Estimados,

Pongo en vuestro conocimiento que A. M. L. deja la Dirección de Explotación para pasar a desempeñar las funciones de director de explotación de la autopista Eje Aeropuerto.

Para cubrir el puesto de responsable del control técnico y de inversiones de las concesionarias en explotación, se ha incorporado a nuestra empresa M. A. G., al que conoceréis en próximamente y para el que os pido todo vuestro apoyo, tal como habéis venido haciendo en estos años con A. M.

Un saludo,

M. B.

59. De: i.....@empresa.es
Enviado em: Sexta-feira, 28 de janeiro de 2011 11:27
Para: a.....@empresabrasil.com.br
Assunto: Reunión

Querido A:

En primer lugar enviarte un cordial saludo desde España, esperando que todas vuestras actividades estén siendo prósperas.

Es mi intención llegar a Sao Paulo el próximo domingo, día 30 de enero, y quedarme en el país hasta el día 10 de febrero. **Me haría mucha ilusión poder almorzar contigo si nuestras agendas lo permitieran.** Si no fuera así **tendría mucho interés en poder visitarte en tus oficinas durante mi estancia en Brasil.** Salvo los días 31 de enero y 1 de febrero que me encontraré en Goiania, estoy a tu disposición para poder mantener ese almuerzo o reunión.

Quedo a la espera de tus noticias.
Recibe un cordial saludo
I. L. G.
Dados da empresa

No *e-mail* 58, notamos um reconhecimento, por parte do remetente, do apoio recebido durante o ano. Já no *e-mail* 59, observamos, em vários momentos, que o emissor da mensagem demonstra interesse pelo seu destinatário por meio de enunciados como “*Me haría mucha ilusión poder almorzar contigo si nuestras agendas lo permitieran*” ou ainda “*tendría mucho interés en poder visitarte en tus oficinas durante mi estancia en Brasil*”.

Durante esta seção percebemos o funcionamento dos atenuadores nos atos diretivos emitidos em nossos *e-mails* empresariais. Pudemos perceber a importância desta estratégia em cada grupo e as diferenças com relação ao uso, às formas e à frequência com a qual é utilizada. Abordamos, também, a questão da autonomia e afiliação expressa por meio desses marcadores de atenuação. Nossos dados parecem demonstrar que em PB, estas atividades são mais valorizadas que em EP, devido a maior ocorrência desta estratégia no grupo dos brasileiros. Percebemos, além disso, que esta atividade parece ser a mais valorizada em ambientes

empresariais, pois encontramos em EP, da mesma forma, um maior uso de atenuadores com função de afiliação que de autonomia.

A Seção 3.3, a seguir, tratará da importância dos agradecimentos nos atos diretivos emitidos por brasileiros. Conforme já esclarecemos em outros momentos, abordaremos conceitos fundamentais para o entendimento de nossas análises e interpretações dos dados encontrados. Logo, comentaremos os resultados com alguns exemplos retirados de nossos grupos.

3.3 A importância dos agradecimentos nos pedidos formulados em PB

Conforme mencionamos ao longo de nosso estudo, um dos dados encontrados que nos chamou a atenção é o que corresponde ao agradecimento, principalmente, ao papel que este ato de fala parece desempenhar em *e-mails* emitidos por brasileiros, além das diferenças encontradas em nossos dados quando da comparação entre os grupos. Ressaltamos que este era um tema que não se encontrava dentro de nossos objetivos iniciais, porém, ao perceber a relevância desses atos de fala nos correios eletrônicos emitidos por brasileiros, optamos por incluir também esta discussão entre nosso escopo de trabalho. É o que faremos a partir dos próximos parágrafos.

Segundo estudos de Kerbrat-Orecchioni (2006), o **agradecimento** possui um papel bastante relevante nas interações de uma sociedade. Para a pesquisadora, este ato de fala geralmente **possui uma estrutura fixa de três componentes: o presente⁴⁷ oferecido** ou expresso pelo remetente, o agradecimento gerado por esta

⁴⁷ Na concepção de Kerbrat-Orecchioni o termo presente “deve ser entendido em sentido amplo, recobrindo todos os tipos de ações benéficas para o destinatário, quer sejam eles de natureza verbal ou não verbal (2006, p.132)”. Doravante, trataremos o termo apenas como “ação benéfica”.

oferta e feito pelo destinatário e, em muitos casos, uma **reação ao agradecimento** emitida pelo remetente. A **função** que tem este ato de fala seria a de **recuperar o equilíbrio do ritual da interação**, ou seja, manter sempre uma harmonia entre os participantes da conversa. O agradecimento seria, então, para esta autora, um **“ato que consiste em acusar a recepção de um presente e em exprimir seu reconhecimento ao responsável pela oferta deste presente”** (2006, p. 132). Desse modo, podemos considerar o agradecimento como uma possível forma ou estratégia de cortesia, visto que uma de suas funções é a de evitar um conflito, manter a harmonia e o equilíbrio de uma interação.

Em um ambiente empresarial há uma frequência grande de situações que podem gerar um ato de agradecimento – não faltam condições que exigem ou permitem este ato de fala: negociações de prazos de entrega de produtos, agendamentos de reuniões ou divisão de tarefas, pedidos de informações. Para que sejam acordados estes tipos de transações, além de oferecer opções para evitar um conflito, os participantes estão, igualmente, negociando sua imagem e a do outro, agindo em prol deste para evitar o conflito, sendo polido e mantendo a harmonia, característica importante nos negócios de uma empresa, sobretudo se considerarmos a relação fornecedor-cliente, caso de algumas empresas que nos proveram os dados que compõem nosso *corpus*.

Ainda sob os conceitos de Kerbrat-Orecchioni (2006) é importante destacar também as formas por meio das quais um **agradecimento** pode-se realizar. Para esta autora, este ato de fala expressivo se dá de maneira **explícita** ou **implícita**. Será um agradecimento explícito quando no ato de fala aparecem verbos performativos como *“Agradeço desde já”* ou formas como *“Muy agradecido”*,

“Obrigado/a”, “*Gracias*”. Um agradecimento implícito corresponderá àquele que não contém em sua forma nem verbos performativos nem a forma “*Obrigado/a*”, o agradecimento se faz de forma indireta, por intermédio de um elogio ao presente oferecido, ou como um elogio ao remetente.

Em nosso *corpus*, não encontramos nenhuma forma implícita de agradecer. Esta não ocorrência poderia ser explicada pelo próprio ambiente empresarial e também pelo meio escrito das interações, nos quais, na maioria das vezes, o implícito não cabe, não se pode deixar subentendidos neste ambiente.

Nesta pesquisa, surpreenderam-nos, especialmente, as variações culturais **(frequência de aparição deste ato de fala, situações em que se costuma agradecer, e formas ou estruturas linguísticas usadas para agradecer)** verificadas pela análise contrastiva do *corpus*. Encontramos uma quantidade muito superior de agradecimentos no grupo de *e-mails* dos brasileiros. Do total de 68 *e-mails* analisados em **PB**, encontramos ao menos uma forma de **agradecimento** em 37 deles, ou seja, o agradecimento apareceu em **54%** dos correios eletrônicos emitidos. Já no grupo das 68 **correspondências eletrônicas espanholas**, o **agradecimento** apareceu em apenas 17 delas, o que compete a **25%** das mensagens, uma diferença significativa entre os dois grupos, a qual pode ser ilustrada no gráfico a seguir, que mostra o percentual de *e-mails* veiculados em que ao menos uma forma de agradecimento aparece em PB e em EP, respectivamente:

Gráfico 3.6 – Comparação percentual de agradecimentos nos *e-mails* em PB e em EP

A maior frequência de agradecimentos no grupo representante do PB pode indicar uma diferença sociocultural entre os grupos. No grupo dos brasileiros, agradecer pode ser mais valorizado culturalmente que no grupo dos espanhóis, por isso a menor frequência deste ato de fala neste grupo.

No que diz respeito às formas de agradecer usadas pelos dois grupos, notamos que, em ambos, as formas explícitas “Obrigada/o” e seu equivalente em Espanhol “*Gracias*” foram as mais utilizadas.

Gráfico 3.7 – Comparação percentual das formas e estruturas de agradecimentos mais utilizadas em PB e em EP

Por meio da análise dos dados no gráfico anterior, podemos perceber que em **PB** existe uma **opção ligeiramente maior de formas de agradecer** que em EP. Relacionamos estes dados com os dados do Gráfico 3.6 anterior (que nos mostra o número muito maior de agradecimentos em *e-mails* de brasileiros) e pensamos que, dada a maior quantidade deste ato de fala em *e-mails* brasileiros, seria mais provável que este grupo possuísse também uma maior gama de formas para expressá-lo, como comprovamos em nossa análise.

Retomando as considerações de Kerbrat-Orecchioni (2006) sobre a estrutura do agradecimento, ou seja, de que um agradecimento seria “provocado” por uma “ação benéfica”, observamos que, sobretudo, nos correios eletrônicos veiculados em PB, não houve, na grande maioria dos dados analisados, uma ação anterior benéfica ao interlocutor que desencadeasse este ato de fala. Ao contrário, o que parece haver é um pedido por parte do remetente, no qual há sempre a tentativa de que o interlocutor realize uma ação em benefício do remetente, e, antecipando-se ao próprio destinatário, aquele o agradece, antes mesmo de saber se este aceitará ou não praticar esta ação.

Nesses casos, o agradecimento poderia funcionar como uma estratégia de cortesia, segundo Briz⁴⁸, pois o enunciador usa a cortesia não como forma de manter um equilíbrio dentro de uma situação de comunicação, mas como uma forma de atenuar seu pedido para consegui-lo de maneira mais rápida e eficaz. Ou, ainda, poderia também ser explicado como uma expressão de cortesia pela própria

⁴⁸ Conceito explicitado durante as aulas da disciplina Estratégias Conversacionais: Atenuação e Intensificação. Português e Espanhol: Semelhanças e Contrastes (FLC6114-1/1) ministradas pelo professor Briz no segundo semestre de 2011, na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, FLLCH, da USP.

cortesia, o ficar bem com o outro, mencionado por Bravo (2002), o cuidar da própria imagem, segundo estudos de Kerbrat-Orecchioni (2004).

Estes resultados remetem-nos aos estudos de Fávero e Aquino (2001) sobre os agradecimentos em PB. Segundo as pesquisadoras, os atos de agradecimento funcionam por meio de regras determinadas e influenciadas pelas relações sociais, diferentes situações de comunicação e, portanto, cada grupo sociocultural possuirá suas próprias normas e valores, principalmente no que se refere a quais atos requerem ou não agradecimentos e como estes atos devem-se expressar (2001). Neste mesmo estudo, as pesquisadoras afirmam que na cultura brasileira agradece-se até mesmo pela não obtenção do objeto, ainda que se trate de uma interação entre amigos e familiares; agradece-se pela atenção dedicada, não necessariamente pelo objeto pretendido. Além disso, podemos encontrar também o agradecimento antecipadamente ao objeto, conforme notamos em nosso *corpus*, principalmente, representante do PB.

Casos como os comentados acima podem ser ilustrados pelo *e-mail* a seguir, no qual a remetente brasileira escreve à sua destinatária (também brasileira), contando-lhe um problema e relatando que esta destinatária já tenha passado por esta mesma situação: “Imagino que você já tenha visto casos parecidos e gostaria de conversar com você sobre isso.” Pede, então, sua ajuda por meio da pergunta “Pode me ajudar?” e termina sua mensagem com o enunciado: “Beijos e obrigada”. Com este exemplo notamos que não houve, como esperado, uma ação em benefício do outro. A destinatária ainda não pôde ajudar sua remetente, mesmo assim, esta a agradece antecipadamente.

Enviada em: quarta-feira, 28 de março de 2012 18:26
Para: R., F. C. M.
Assunto: ENC: Ponderada x Ofertas

F.,

Estamos enfrentando problemas por conta da diferença de distribuição ponderada de um item ofertado (leve 4 pague 3, por exemplo) e sua distribuição ponderada de ofertas.

Entendemos a questão das diferentes metodologias, mas é difícil justificar isso para o cliente.

Imagino que você já tenha visto casos parecidos e gostaria de conversar com você sobre isso. Há alguma chance de correção destes números? Como a *empresa* comunica oficialmente essa questão aos clientes?

Pode me ajudar?

Beijos e **obrigada**,
L.S.
Dados da empresa

O exemplo do referido *e-mail* 61, parece reforçar a afirmação de Fávero e Aquino (2001), já que neste caso a remetente opta por agradecer antes da obtenção da informação que necessita, não após o recebimento de tal informação, conforme afirmou Kerbrat-Orecchioni (2006).

Outros casos que ilustram esta situação de pedido e agradecimento anterior à ação do destinatário podem ser:

24. De: M., P.
Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 10:04
Para: G, L. C. C.
Cc: P., L. F. S.; S., L. T.
Assunto: RES: 10-19ck per Área – *Empresa* report

Bom dia L.,
Tudo bom e vc?

Preciso de mais algumas informações para cotar esse S.:

- 1) Categoria?
 - 2) Dados Scan ou Retail?
 - 3) Duas ondas ao ano de quantos períodos?
 - 4) Quantos produtos são a nível versão?
- Com essas informações conseguimos fazer a cotação e iniciar a viabilidade.
Obrigada,
P.

35. De: C., D. F. B.

Enviado em: segunda-feira, 6 de junho de 2011 13:23

Para: P., T. G.; R., M. S.; G., C. B.; A., O. C.; M., C.; M., M. R. C.; A., J.; M., T. C.; M., C. C.; C., E. D.; C., J. C. B. A.; L., F. L. A.; P., W.; J., A. F. S.; M., M. C.; G., M. I.

Cc: R., W. F.; R., C. G.; M., L. V.; A., E. M. R.; G., L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá prezados,

Apenas para lembrá-los: aguardamos até amanhã, 07/06, suas sugestões de temas para o Fórum de Gestão de Negócios.

Obrigada.

Att.,

D.

43. De: C.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Srs,

Apenas para lembrar.....todos os projetos que estamos trabalhando deverão estar inseridos no SharePoint do LATAM até o final do mês.....

o F. G. também já está alinhado com isto...

Agradeço não deixarem para o final do mês..... pois é sempre mais difícil.

Att.

C.

No grupo de mensagens eletrônicas dos espanhóis esta situação também aparece, apesar de ser menos recorrente que no grupo dos brasileiros. Exemplos desse grupo, nos quais o remetente se adianta à ação e agradece logo após emitir o pedido, podem ser ilustrados pelos *e-mails* seguintes:

25. De: J.

Enviado em: não informado

Para: F., N.

Assunto: não informado

Hola N. y F.,

Un amigo y compañero de una empresa española está teniendo problemas a la hora de constituir una empresa en Brasil. **Ruego le ayudéis de la mejor manera.**

Se pondrán en contacto con vosotros.

Muchas Gracias

J.

1. De: D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.
Assunto: não informado

Estimado E.,
Buenos días!

Podrías informarme quién es el responsable comercial de la oferta de T. en empresa Brasil. Necesito contactarme con el para aclarar unos temas comerciales entre los cuales se encuentran algunas preguntas sobre aranceles aduaneros.

De antemano muchas gracias.

Saludos cordiales

D. M. K

Dados da empresa

5. De: S. D. M. K.
Enviado em: não informado
Para: N., E. C. M.
Assunto: não informado

Estimado E.,

Estarías de acuerdo en la realizar nuestra conferencia telefónica a las 10:00 de la mañana, en vez de a las 9:00 como habíamos acordado ayer. Tengo justo una reunión que se podría demorar un poco más de lo planificado y no me gustaría dejarte esperando.

Si estás de acuerdo, te llamo alrededor de las 10:00 en Brasil y procedemos con nuestra reunión en Netmeeting para completar el L. C. T.

Gracias por tu comprensión

Saludos cordiales

D. M. K.

Dados da empresa

Outra característica oportuna que cabe ressaltar é a quantidade de vezes em que a forma explícita de agradecimento “**Obrigado/a**” ou “**Gracias**” aparece como **forma apenas de fechar a interação** por *e-mail*, não possuindo nenhuma das duas funções discutidas anteriormente, principalmente, no grupo de *e-mails* de brasileiros. Do total de *e-mails* analisados deste grupo, a forma “Obrigado/a”, ou alguma variante como “Muito obrigado/a”, “Beijos e obrigada/o”, “Obrigado e um abraço”, apareceu como forma de fechar a conversa em 36% do total do *corpus* representante do PB.

O gráfico seguinte mostra o percentual de situações de agradecimento: depois da uma ação geradora, após um pedido e, portanto, antes dessa ação ou apenas como uma forma de fechar o e-mail:

Gráfico 3.8 – Comparação percentual de situações de agradecimento em PB e em EP, respectivamente: após um pedido, após uma ação geradora e somente como fechamento

Se compararmos os dados, podemos verificar que o número de vezes em que a forma “*Gracias*” ou qualquer de suas variantes (“*Muchas gracias*”, “*Gracias y saludos*”) aparece **apenas para encerrar um correio eletrônico** é de **1%** apenas. Em **PB** “Obrigado” foi usado como função pragmática de encerrar a interação por *e-mail* em **6%** dos casos. Podemos perceber, além disso, que esta forma, muitas vezes, parece desempenhar mais de uma função nos *e-mails* dos brasileiros. Além de aparecer após um pedido, ela é usada também como forma de fechar o *e-mail*. Parece-nos importante recordar que esta é a forma mais utilizada neste grupo para terminar um *e-mail*, como verificamos no Gráfico 2.3, do Capítulo dois.

Em princípio, parece-nos que o agradecimento, dentro da comunidade empresarial do PB é mais valorizado que na comunidade do EP. Além disso, pensamos que a quantidade de *e-mails* em que o “Obrigado/a” aparece para fechar a conversa mostra-nos que esta forma explícita pode estar tornando-se uma forma ritualizada de terminar um *e-mail* em correspondências empresariais brasileiras, assim como “Atenciosamente”, como vimos em nossa Seção 2.4.2, no Capítulo dois.

A forma de agradecimento é, como afirmamos no parágrafo anterior, a mais empregada para marcar o término de um *e-mail* em PB, com uma representatividade de 36% do total de *e-mails* enquanto que os espanhóis a utilizam em apenas 3% dos *e-mails* do *corpus*.

Com base nos conceitos explicitados e nos dados analisados podemos concluir que, ao menos no ambiente empresarial, nem sempre o agradecimento aparecerá após uma “ação benéfica”; ele funcionará, muitas vezes, como uma forma de cortesia e o enunciador optará por agradecer antes desta oferta do presente, seja para manter a harmonia, para manter uma boa imagem social, o equilíbrio da interação, seja por estratégia, para obter seu objetivo de maneira mais rápida e eficaz.

3.4 Primeiras conclusões

Ao longo deste capítulo, tratamos da análise e resultados dos dados verificados nos *e-mails* empresariais dos dois grupos de nosso *corpus*: verificamos as formas de expressar atos diretivos, as formas de atenuação, as atividades de autonomia e afiliação e os agradecimentos encontrados em nossas amostras. Buscamos, por fim, uma relação com as estratégias de cortesia utilizadas por brasileiros e espanhóis.

Percebemos que **as formas de pedir mais utilizadas pelos dois grupos** são as mesmas: o uso do **imperativo**, o uso de verbos no **condicional/futuro do pretérito** e estruturas com os verbos “**Pedir/Solicitar/Rogar**”. Este resultado pode demonstrar que estas três estruturas mais usadas pelos dois grupos são as formas de pedir preferidas em meios empresariais.

Ademais, outras estruturas possuem uma **frequência bastante similar** em PB e em EP, caso de pedidos com os verbos “**Pedir/Solicitar/Rogar**”, do verbo “**Poder**” **sem o uso do condicional/futuro do pretérito**, pedidos com os verbos no **futuro** e **atos totalmente indiretos de nível quatro**.

Outras estruturas, contudo, mostraram-se **diferentes**, como os **atos indiretos de nível três e quatro**, os quais aparecem com uma maior frequência em PB, confirmando, desse modo, nossas hipóteses iniciais. O uso de **atos diretivos de nível dois**, no entanto, aparece com **maior regularidade** em **EP**, comprovando, portanto, uma preferência por construções mais diretas de pedir.

Surpreendeu-nos, além disso, o **maior uso do verbo no imperativo** no grupo dos **brasileiros**, pois, conforme afirmávamos inicialmente, esperávamos encontrar o contrário. Apesar disso, observamos **neste grupo**, a **preferência** por **estruturas que diminuam o grau de imposição de um ato diretivo** e, da mesma forma, que **evitem um apontamento direto ao interlocutor** da mensagem, como os pedidos com verbos do tipo “**Precisar/Necesitar**”, verbos no **infinitivo** e os já mencionados **atos indiretos de nível três e quatro**.

A respeito da **atenuação**, encontramos as diferenças mais relevantes. Há, nos *e-mails* empresariais brasileiros, uma frequência muito maior desta estratégia, se comparada ao grupo de *e-mails* em EP. Além disso, assim como as estruturas dos atos diretivos, percebemos que, em **PB**, os brasileiros optam por formas de atenuação que **suavizam o grau de imposição do ato diretivo**, que **evitam um confronto ou apontamento direto** a seu destinatário. Um exemplo pode ser o grande número de recorrências de **atos explicativos**, de verbos como “**Acreditar/Imaginar/Achar**”, os quais encontramos somente no *corpus*

representante do PB. Da mesma forma, a interjeição “**Por favor**” apareceu com uma frequência muito maior neste grupo.

Discutimos, também, que os atenuadores podem ser usados para expressar **autonomia** e **afiliação** durante uma interação. Encontramos, igualmente, divergências entre o PB e o EP com respeito a este tema. Os brasileiros parecem utilizar os atenuadores para expressar, em grande parte das vezes, **afiliação**. Encontramos um percentual muito maior – **43%** em **PB** e **15%** em **EP** – de atenuantes com o objetivo de expressar esta atividade em uma interação. No entanto, ainda que no grupo representante do EP a expressão de **afiliação** tenha aparecido em apenas **15%** dos marcadores de atenuação, esta atividade também foi mais recorrente que a expressão de **autonomia** neste grupo, a qual apareceu em apenas **8%** dos casos de atenuantes. Estes dados nos levam a refletir sobre a importância da expressão de afiliação em um ambiente empresarial.

Finalmente, na Seção 3.3., discutimos a **relevância dos agradecimentos em e-mails formulados em PB**. Ao verificar uma frequência deste ato de fala muito maior nos *e-mails* empresariais (**54%** em **PB**, contra **25%** em **EP**) deste grupo, percebemos que agradecer pode ser mais valorizado por brasileiros que por espanhóis, pois, neste grupo, como vimos, os agradecimentos são usados com menor frequência que em PB. Observamos a recorrência de uso deste ato de fala, as estruturas utilizadas para agradecer e as situações nas quais se usavam os agradecimentos em *e-mails* empresariais. Surpreendeu-nos o fato de que a forma “Obrigada/o” seja a mais utilizada em PB como fechamento de interação. Além disso, agradece-se, nesta língua, antes da obtenção do objeto pretendido, conforme discutimos por meio dos estudos de Fávero e Aquino e não após a ação benéfica,

segundo Kerbrat-Orecchioni. Parece existir, portanto, com relação ao agradecimento, um valor pragmático diferente entre as línguas comparadas.

Em nossas Considerações Finais, a seguir, pretendemos concluir nosso estudo. Retomaremos, para tanto, todo o percurso traçado ao longo de nosso trabalho. Retomaremos os resultados obtidos em nossas análises e faremos uma última reflexão sobre as relações existentes entre a cortesia linguística e as formas de pedir nestas línguas, tratando também da comparação entre seus valores socioculturais. Em seguida, tentaremos esboçar, enfim, as últimas conclusões deste trabalho e nossas observações finais ao comparar as relações de (des) cortesia encontradas em *e-mails* empresariais de brasileiros e espanhóis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pretendemos, a partir dos parágrafos seguintes, concluir nosso estudo sobre as manifestações de cortesia encontradas em *e-mails* empresariais emitidos por brasileiros e espanhóis. Retomaremos, segundo mencionamos anteriormente, todo o percurso desta pesquisa. Repassaremos os resultados obtidos e previamente discutidos ao longo dos Capítulos dois e três, no que se refere às semelhanças e diferenças encontradas ao comparar o PB e o EP em suas formas de pedir e suas relações com os estudos sobre a cortesia verbal; conceito discutido no Capítulo um. Tentamos relacionar a expressão linguística da cortesia em cada língua e cultura com seus valores socioculturais. Em seguida, pretendemos esboçar, enfim, nossas últimas conclusões e observações sobre este estudo.

Optamos por pesquisar a cortesia e suas diferenças e semelhanças em pedidos emitidos via *e-mails* empresariais em PB e EP após um estudo anterior sobre estes atos de fala no EP. Devido aos resultados verificados nesse estudo e, principalmente, baseando-nos nos conceitos teóricos abordados no Capítulo um, partimos da hipótese inicial, em nosso trabalho, de que no PB, encontraríamos formas de pedir mais indiretas que no EP e, por este motivo, encontraríamos menos formas de imperativo e mais formas do condicional/futuro do pretérito em pedidos emitidos do PB. Com base nestas suposições, do mesmo modo, considerávamos que brasileiros usariam, igualmente, mais formas e marcadores de atenuação em um pedido que espanhóis.

No Capítulo dois, esclarecemos a forma de coleta e transcrição de nosso *corpus* e discorremos sobre as principais características de um gênero discursivo recente: o *e-mail*. Relatamos, ainda, nossos primeiros resultados ao analisar e

comparar essas características discursivas dos correios eletrônicos entre nossos dois grupos e apresentamos nossas constatações sobre os primeiros temas levantados. A seguir, trataremos, separadamente, de cada um deles e das demais questões abordadas durante nossa contagem e análise dos dados, no Capítulo três.

1. A comparação do PB e do EP acerca do gênero *e-mail*

Em nossas amostras, ambos os grupos apresentaram as características previamente discutidas no Capítulo dois, as quais correspondem ao gênero *e-mail*: **concisão, falta de cuidado com a estrutura, erros de digitação, falta de pontuação nas mensagens, abreviatura de palavras** e o uso de **emoticons**. Estes dados parecem comprovar os estudos anteriores apresentados no referido capítulo, sobre as características gerais deste novo gênero discursivo.

1. a) As formas de tratamento e as formas de abertura utilizadas em *e-mails* empresariais.

Com respeito a esta questão, também encontramos algumas semelhanças entre o PB e o EP. Verificamos a **preferência pelo uso de formas de tratamento que expressam relações simétricas nos dois grupos**. Nossas amostras parecem apontar para uma inclinação, em ambientes empresariais brasileiros e espanhóis, ao **uso de tratamentos recíprocos e informais**, demonstrando, com isso, **solidariedade informal**, por meio dos pronomes de tratamento “Você/Vocês”, no PB e “*Tú/Vosotros*”, no EP, conforme discutimos no Capítulo dois.

Também nos pareceu relevante o **maior uso do primeiro nome** no grupo dos **brasileiros**. Esta foi a **forma de abertura mais utilizada** nos correios eletrônicos deste grupo. No EP, ao contrário, notamos que foi a forma menos frequente. Ainda que neste grupo o primeiro nome também tenha sido mais utilizado

que o sobrenome, os remetentes deste preferem formas como “*Estimado* + primeiro nome” ou “*Hola* + primeiro nome” para iniciar uma interação via *e-mail*. A primeira forma demonstra um nível maior de distância pessoal que somente o uso do nome. Esta forma, ademais, não obteve a mesma frequência que seu equivalente em PB, “Prezado + nome”, o que nos sugere uma pequena diferença entre os grupos, uma valorização ainda maior do tratamento de solidariedade informal, no PB.

O uso e a **preferência pelo primeiro nome na sociedade brasileira**, já havia sido discutido por Holanda (1995), que, segundo comentamos no Capítulo dois, afirma existir um **fundo emotivo** por trás da escolha desses tratamentos sociais nesta cultura. A escolha do nome pode ser um indicador de uma inclinação à cortesia de solidariedade, que visa a demonstrar proximidade e, portanto, afiliação.

1. b) As formas de fechamento nos *e-mails* empresariais

Além das informações sobre as formas de abrir uma interação e as formas de tratamento utilizadas, refletimos também, durante o segundo capítulo, acerca das formas de terminar as interações em *e-mails* empresariais. Observamos, da mesma maneira, algumas diferenças entre as escolhas pragmáticas utilizadas para este fim.

Enquanto **Espanhóis** optam pela forma “**Saludos**” em 36% dos casos, em **PB**, com a mesma frequência de uso, apareceu a forma “**Obrigado/a**” e suas variantes. Este resultado pareceu-nos tão significativo, que optamos por aprofundar-nos a respeito do uso deste ato de fala em PB e em EP, em nosso Capítulo três. Desse modo, apresentamos, a seguir, este e os demais temas discutidos ao longo deste capítulo.

2. O valor dos agradecimentos em *e-mails* em PB

Segundo esclarecemos ao longo deste trabalho, analisar os atos de agradecimento, inicialmente, não estava em nossos objetivos. Porém, ao verificar que estes atos correspondiam à forma mais utilizada para terminar *e-mails* em PB, pareceu-nos significativo investigar seu uso e seu papel, dentro de nossa pesquisa. Na Seção 3.3, do Capítulo três, tratamos de conceitos pertinentes a este tema, como a definição deste ato de fala e sua função. Também discutimos a importância desses estudos do ponto de vista sociocultural, já que, por meio da comparação e análise do uso destes atos de fala entre diferentes línguas, grupos e culturas, pode-se evitar conflitos ou falta de entendimento entre a comunicação com uma ou mais comunidades. A análise da frequência e da função dos agradecimentos em nosso *corpus* revelou-nos dados interessantes. Observamos uma recorrência de **uso de atos de agradecimentos consideravelmente maior no grupo representante do PB**. Conforme discutimos, enquanto que neste grupo a aparição de ao menos um ato de agradecimento em uma interação foi de 54%, estes atos apareceram em apenas 25% dos *e-mails* em EP, uma diferença na ocorrência que nos pareceu bastante pertinente para nossos estudos. Percebemos, além disso, que em **PB** existe uma **opção ligeiramente maior de formas de agradecer** que em EP. Acerca deste aspecto, concluímos que dada a maior quantidade deste ato de fala em *e-mails* brasileiros, seria mais provável que este grupo possuísse também uma maior gama de formas para expressá-lo, como comprovamos em nosso Gráfico 3.7, o qual ilustrou a Comparação percentual das formas e estruturas de agradecimentos mais utilizadas em PB e em EP.

Para finalizar este tema, verificamos, por meio do Gráfico 3.8, a comparação percentual de situações de agradecimento em PB e em EP, respectivamente: após

um pedido, após uma ação geradora ou somente como fechamento. Percebemos que as situações mais frequentes são similares. **Em e-mails empresariais de brasileiros e espanhóis, um agradecimento aparecerá, em maior medida, após um pedido** e em menor medida, conforme discutimos por meio dos estudos de Kerbrat-Orecchioni (2006), após uma ação benéfica. Este resultado nos leva a refletir sobre os usos pragmáticos do agradecimento. Ao menos no ambiente empresarial das línguas e culturas aqui comparadas, nem sempre o agradecimento aparecerá após uma “ação benéfica”; conforme estudamos em Kerbrat-Orecchioni (2006). **Agradecer** pode ter a função de expressar **cortesia** e o enunciador optará por fazê-lo antes desta ação, seja para manter a harmonia, para manter uma boa imagem social, o equilíbrio da interação, seja por estratégia, para obter seu objetivo de maneira mais rápida e eficaz.

Sobre este tema, cabe ressaltar, sobretudo, **a importância do agradecimento na comunidade empresarial brasileira**, pois pensamos que a quantidade de *e-mails* em que o “**Obrigado/a**” aparece para encerrar uma interação pode indicar que esta forma explícita está tornando-se uma **forma ritualizada de terminar um e-mail em correspondências empresariais brasileiras**, assim como “Atenciosamente”, como vimos em nossa Seção 2.4.2, no Capítulo dois.

3. As diferenças nas formas de pedir em PB e EP

Ao analisar e comparar as formas e estruturas de pedir nos dois grupos, encontramos, em **PB**, um **maior uso de pedidos com o verbo no tempo imperativo** (comparado ao grupo de *e-mails* em EP), o modo de ser direto ou indireto parece não passar somente pelo ato de fala em si, conforme afirmamos em nosso Capítulo três.

Os brasileiros usaram o **tempo imperativo** com mais frequência que os espanhóis, ao contrário do que esperávamos ao iniciar esta pesquisa. Lembramos que esta foi a forma mais frequente entre os atos diretivos em PB. Estes enunciados aparecem, no entanto, em grande parte das vezes, **acompanhados por uma ou mais formas de atenuação**. O uso de atos explicativos, da interjeição “Por favor” e de atos de agradecimentos estão quase sempre acompanhados de pedidos com o imperativo, o que ressalta a importância de uma cortesia atenuadora e valorizada em *e-mails* brasileiros, ainda que eles sejam pedidos considerados mais diretos.

Mais que um ato de fala direto ou indireto, percebemos que brasileiros tendem a optar por formas atenuadoras que amenizem o pedido, seja este com o imperativo ou não. O ser direto ou indireto, nesta cultura, parece-nos estar relacionado mais aos atenuadores que ao tempo verbal utilizado. Portanto, nossos dados parecem demonstrar que **brasileiros valorizam um pedido não impositivo, com uso de vários tipos e estruturas atenuadoras**. Apreciam também outras formas pragmáticas de expressar cortesia, demonstrando, com maior frequência que no EP, valores afiliativos. **O grupo representante do PB, dessa forma, parece valorizar o ficar bem com o outro**, conforme mencionamos, em maior medida que o grupo representante do EP.

No **EP**, por sua vez, não parece existir esta mesma valorização de estruturas que busquem evitar um confronto ao emitir um pedido ou de atividades afiliativas. Apesar de termos encontrado, de fato, um uso menos frequente de verbos no imperativo e um uso ligeiramente maior de verbos no condicional, verificamos a utilização de outras **estruturas que apontam diretamente ao interlocutor**, ou seja, expressam nitidamente a quem o pedido vai dirigido e qual ação deve ser realizada,

como o uso de verbos do tipo “*Tener/Deber*”, atos diretivos de nível dois, do Diagrama de Haverkate e outras, por nós discutidas no Capítulo três.

Nossas hipóteses iniciais parecem, em parte, ter sido confirmadas. Após a comparação das formas e estruturas de pedir mais utilizadas em um ato diretivo no PB e no EP, verificamos, de fato, que **brasileiros tendem a utilizar formas mais indiretas de pedir que espanhóis**. Ao longo do Capítulo três, discutimos **a maior recorrência**, em **PB**, de estruturas e formas que indicam um **maior grau de cortesia**, que **evitam um apontamento direto** ao interlocutor em sua expressão, como o verbo “**Precisar**”, o uso do **infinitivo**, atos diretivos de **nível três e quatro**.

4. O uso de marcadores de atenuação

Percebemos, além do mencionado nos parágrafos anteriores, que em *e-mails* representantes do **PB**, há um **uso de marcadores de atenuação em seus atos diretivos consideravelmente maior que em EP**. A diferença foi, conforme comentamos, de 30 pontos percentuais. Segundo depreendemos de nosso Gráfico 3.3, do Capítulo três, em **PB**, os brasileiros optam por atenuar seus atos diretivos em *e-mails* empresariais em **53%** dos pedidos. Os Espanhóis, por sua vez, atenuam seus pedidos em apenas **23%** dos casos encontrados.

Para prosseguir com nossas reflexões, recapitulamos a definição de **atenuação**, discutida no Capítulo um, a qual, de acordo com conceitos de Briz (2002), é uma **operação linguística que visa a mitigar o que foi dito ou um ponto de vista, reduzindo o benefício daquele que fala, mascarando suas contribuições e, igualmente, evitando um possível desacordo**. Para isso, é preciso expressar enunciados de maneira menos direta e, portanto, com um maior grau de cortesia.

No tocante à atenuação, portanto, no grupo representante do **EP**, **não vimos a necessidade de usar marcas de atenuação com a mesma frequência verificada em PB**. Em EP, ao contrário do PB, esta estratégia foi utilizada em menos da metade dos atos diretivos emitidos. Estes resultados remetem-nos às considerações de Briz (2002), o qual afirma que, em Espanhol, a atenuação não é utilizada, com tanta frequência, como forma de cortesia atenuadora. Utiliza-se a atenuação, nesta língua, como uma estratégia, não como expressão de cortesia – para ficar bem com o outro, mas para alcançar o objetivo da conversação com mais rapidez e menos esforço. Neste ponto, as duas línguas e culturas parecem diferenciar-se, visto que em PB, percebemos o oposto, a atenuação usada com uma regularidade superior ao grupo de espanhóis e com o objetivo de expressar cortesia e demonstrar afiliação.

Durante o Capítulo três, foi possível verificar, ademais, um uso igualmente **maior** de algumas formas atenuadoras em PB: **“Por favor”**, interjeição cortês, o uso de verbos como **“Acreditar/Achar/Imaginar”**, **atos explicativos**, formas que, assim como outras estruturas de pedir comentadas, ajudam a **minimizar a força ilocutiva de um pedido, suavizam a imposição** deste sobre o interlocutor, **evitando**, desse modo, um **confronto direto com o destinatário** da mensagem.

Parece-nos que **brasileiros** tendem a **valorizar** o uso desta **cortesia atenuadora**: preferem usar estruturas e partículas que **evitam esse confronto direto**, que demonstram uma **preocupação em minimizar**, em grande parte das vezes, a **imposição do ato diretivo** e que, da mesma forma, **valorizam a expressão de afiliação**, conforme observamos em nossas análises.

5. As atividades de afiliação e autonomia

Percebemos que em ambos os grupos, ainda que em EP tenha sido muito menos frequente que em PB, **a expressão de afiliação foi mais utilizada que expressões de autonomia**. Este resultado nos leva a pensar que, em ambientes empresariais, a imagem de autonomia é menos valorizada. Parece-nos que fazer com que o outro se sinta parte do grupo é mais importante durante essas interações.

Em **PB**, como pudemos observar em nosso Gráfico 3.5, **a expressão de afiliação foi a preferida em 43% dos atos diretivos**. Demonstrar ao outro empatia, fazer com que se sinta valorizado, respeitado e parte do grupo, parece ser uma postura mais valorizada na cultura empresarial brasileira, que se mostra por meio das formas e estruturas linguísticas escolhidas.

Este resultado nos remete aos estudos de Lima (2012) que, ao analisar a diferença na gestão da imagem em pedidos de desculpas emitidos por brasileiros e argentinos durante *reality shows*, percebeu uma preocupação, por parte do primeiro grupo, pelo consenso, por uma postura de afiliação, que segundo ele seria caracterizada como um “parecer bom”. Esta postura e busca por “parecer bom”, parece ser verificada igualmente nas formulações dos pedidos emitidos por brasileiros em *e-mails* empresariais. O uso abundante de estruturas que evitem o confronto direto com o interlocutor ao expressar um ato impositivo também parece ter esses mesmos valores sob o aspecto que analisamos.

Parece-nos interessante relacionar as interpretações acima com o legado de Holanda (1995), ao tratar do homem cordial:

Já se disse, numa expressão feliz, que a contribuição brasileira para a civilização será de cordialidade – daremos ao mundo o “homem cordial”. A lhaneza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam com efeito, um traço definido do caráter brasileiro, [...] (HOLANDA, 1995, p. 146).

Essa cordialidade mencionada pelo autor pode estar marcada também nas estruturas linguísticas escolhidas para emitir um pedido neste grupo. Essas escolhas que um brasileiro fará durante uma interação por *e-mail*, ao tentar levar seu interlocutor a fazer algo, ou conforme afirma Blum-Kulka (1996), ao pretender mudar algo no comportamento dos outros, parecem ser aquelas que possuem uma carga impositiva menor, que expressam empatia, afiliação, que indicam um grau de cortesia maior e, portanto, o fazem “parecer ser bom”.

A valorização desta imagem social, ou seja, o desejo de parecer ser bom/cordial também apareceu na diferença da frequência de uso dos agradecimentos nas interações do PB.

Esperamos, com este trabalho, ter contribuído com os estudos comparativos do PB e EP sobre as interações verbais via *e-mail*. Da mesma forma, acreditamos que esta pesquisa poderá trazer contribuições para professores e estudantes de espanhol e de português como línguas estrangeiras, pois lhes será uma ferramenta adicional no estudo de ambas as línguas e ajudará a definir e entender melhor o funcionamento destas interações.

Finalizamos, por ora, nossa pesquisa, entendendo que seria interessante sua continuidade, por meio de estudos de aplicação de testes a respeito da percepção e recepção desses atos diretivos entre nativos do PB e EP, os quais pudessem comprovar e validar nossos resultados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBELDA, M. M. (2010). ¿Cómo se reconoce la atenuación? Una aproximación metodológica basada en el español peninsular hablado. In: *Actas del 4º Coloquio EDICE – (Des) cortesía en español. Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*. Roma- Estocolmo. Università degli Studi Roma Tre – Edice. P. 47-70.

ALMEIDA, F. M. de, LOPES, C. R. do S., REBOLLO, L. (2008). Agradecimientos y disculpas en el cine iberoamericano. Representaciones de Buenos Aires, Bogotá, Ciudad de México, La Habana, Lima, Madrid, Santiago de Chile y Río de Janeiro. In: BRIZ, A. G., et al. (eds.). *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*. Valencia, Universidad de Valencia/EDICE.

ALVAREZ MURO, A. (2005). *Cortesía y descortesía: teoría y praxis de un sistema de significación*. Mérida, Universidad de los Andes.

AQUINO, Z. G. O.; FÁVERO, L. L. (2001). Os atos de agradecimento. In: PRETI, D. (2001). *Dino Preti e seus temas: oralidade, literatura, mídia e ensino*. São Paulo: Cortez Editora.

AUSTIN, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford, Oxford University Press.

BAKHTIN, M. (1992). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.

BLUM-KULKA, S. (1996). Variaciones en la formulación de peticiones. In: CENOZ, J.; VALENCIA, J. F. (Eds.) (1996). *La competencia pragmática: elementos lingüísticos y psicosociales*. Bilbao: Servicio Editorial. Universidad del país Vasco.

BOSQUE, I. M.; DEMONTE, V. B. (1999). *Gramática descriptiva de la lengua española*, Real Academia Española, Colección Nebrija y Bello. Primera edición: Madrid, Espasa-Calpe. Tres volúmenes.

BRAVO, D. (1999). ¿Imagen positiva Vs. Imagen negativa?: Pragmática sociocultural y componentes de face. In: *Análisis del discurso oral*. V.2. Universidad de Almería, Arco libros.

_____. (2003). Actividades de cortesía, imagen social y contextos socioculturales: una introducción. In: Actas del primer Coloquio del programa EDICE, *La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Universidad de Estocolmo. Disponible em: <<http://www.primercoloquioedice.org/Actas/actas.html>>.

_____.; BRIZ, A. (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona, Ariel.

_____. (2005). Competencia en la pragmática sociocultural del español. Actos de habla y cortesía. In: Actas del II Coloquio del Programa EDICE, *Actos de habla y cortesía en distintas variedades del español;: Perspectivas teóricas y metodológicas*. Universidad de Estocolmo. Disponible en: <<http://www.edice.org/2coloquio/2coloquioEDICE.pdf>>.

_____. (2005). *Estudios de la (des) cortesía en español: categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*. Estocolmo-Buenos Aires, Dunken.

_____.; PLACENCIA, M. E. (2002). Panorámica sobre el estudio de los actos de habla y la cortesía lingüística. In: _____. *Actos de habla y cortesía en español*. Munich, Lincom Europa.

BRIZ, A. G. (1998). *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmagramática*. Barcelona, Ariel.

_____. (2002). La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española. In: *Actas del Primer Coloquio del Programa EDICE – La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes*. Ed. Diana Bravo. Estocolmo: Universidade de Estocolmo, p. 17-46.

BROWN, P., LEVINSON, S. C. (1978). *Politeness: some universals in language use*. Cambridge, Cambridge University Press.

CRYSTAL, D. (2001). The medium of Netspeak. In: _____. *The language and the internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

CUNHA, C.; CINTRA, L. (2001). *Nova gramática do português contemporâneo*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

CURCÓ, C.; DE FINA, A. (2002). Modo imperativo, negociación y diminutivos en la expresión de la cortesía en español: el contraste entre México y España. In: BRAVO, D.; PLACENCIA, M. E. (eds.). *Actos de habla y cortesía en español*. Munich, Lincom Europa.

DUMITRESCU, D. (2005). Agradecer en una interlengua. Una comparación entre la competencia pragmática de los estudiantes nativos y no nativos del español en California, Estados Unidos. Actas del II Coloquio del Programa EDICE, *Actos de*

habla y cortesía en distintas variedades del español;: Perspectivas teóricas y metodológicas. Universidad de Estocolmo. Disponível em: <<http://www.edice.org/2coloquio/2coloquioEDICE.pdf>>.

ESCANDELL VIDAL, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel.

FERREIRA, F. (2012). *Emoticons* em mensagens instantâneas: um estudo baseado em corpus. In: IV Simpósio Hipertexto e Tecnologias na educação. Comunidades e aprendizagem em rede. Recife, p. 1-17.

GOFFMAN, E. (1970). *Ritual de la interacción*. Argentina, Editorial Tiempo Contemporáneo.

GRICE, H. P. (1991). Logic and Conversation. In: *Studies in the way of words*. Cambridge: Harvard University Press.

HAVERKATE, H. (1994). *La cortesía verbal*. Madrid, Editorial Gredos, S. A.

HOLANDA, S. B. de. (1995). *Raízes do Brasil*. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras

HOUAISS, A. (2001). *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2004). ¿Es universal la cortesía? In: BRAVO, D.; BRIZ, A. *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel.

_____. (2006). *Análise da conversação*. São Paulo, Parábola Editorial.

KULIKOWSKI, M. Z. M. (2006). Entre la cortesía y la especulación: formas indirectas de pedir y mandar. In: *IV Congresso brasileiro de hispanistas*. Rio de Janeiro, p. 286-291.

LEVINSON, S. (2007). *Pragmática*. São Paulo, Livraria Martins Fontes Editora.

LIMA, F. B. de. (2012). *Parecer bom x parecer justo – o pedido de desculpas na gestão da imagem nas interações midiáticas*. 158 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MARCUSCHI, L. A. (2001). *Da fala para a escrita: atividades de retextualização*. São Paulo, Cortes.

_____. (2002). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. *50ª Reunião do GEL – Grupo de Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo*, USP, São Paulo.

MATTE BON, F. (2006). *Gramática comunicativa del español*, tomo I. Madrid: Edelsa, Grupo Didascalía, S. A.

MATTEIS, L. M. A. de. (2004). Oralidad y escritura en la comunicación por correo electrónico en hablantes de español bonaerense. In: *Oralia: análisis del discurso oral*, v. 7, p. 59-83, revista anual.

PAIVA, V. L. M. O. (2004). *E-mail: um novo gênero textual*. In: MARCHUSCHI, L. A. & XAVIER, A. C. (Orgs.) *Hipertextos e gêneros digitais*. Rio de Janeiro, Lucerna.

REYES, G. (1994). *La pragmática lingüística*. El estudio del uso del lenguaje. Barcelona, Montesinos.

_____. (2000). *El abecé de la pragmática*. Madrid, Arco Libros.

SEARLE, J. R. (1969). *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge, University Press.

_____. (2002). *Expressão e significado*. Estudos da teoria dos atos de fala. São Paulo, Martins Fontes.

SERRANI-INFANTE, S. (1994). Análise de ressonâncias discursivas em micro-cenas para estudo da identidade linguístico-cultural. In: *Trabalhos em Linguística Aplicada* 24. Campinas: 79-90.

_____. (2001). Resonancias discursivas y cortesía en prácticas de lecto-escritura. *D.E.L.T.A.*, p. 31-58.

SILVA, L. A. da. (2011a). Cortesia e atenuação nos atos diretivos dos documentadores do Projeto NURC/BR. In: PRETI, D. (org.) *Variações na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas.

_____. (2011b). O senhor y você. Formas de tratamento, cortesía y diversidad cultural en Português. In: REBOLLO COUTO, L.; LOPES, C. R. dos S. (org.). *As formas de tratamento em Português e em Espanhol. Variação, mudança e funções conversacionais*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense.

ZANOTTO, N. (2005). *E-mail e carta comercial: estudo contrastivo de gênero textual*. Rio de Janeiro: Lucerna.

ANEXOS – TRANSCRIÇÃO DOS E-MAILS

PORTUGUÊS

G, L. C. C.

1. **De:** G., L. C.

Enviado em: segunda-feira, 12 de setembro de 2011 16:30

Para: A., N.; M., L. C. M.

Assunto: RES: Hair Color new launches!

M.,

Você pode confirmar as questões para N.?

Abraço,
L. G.

2. **De:** A., N. [mailto: a.....@empresa.com]

Enviado em: segunda-feira, 12 de setembro de 2011 15:55

Para: A., N., M., L. C. M.

Cc: G., L. C. C.

Assunto: RE: Hair Color new launches!

Oi L.,

Apenas uma errata o nome do Pro-Vital número 63 é Louro Dourado Escuro (na tabela ainda estava em espanhol...)

Tks,

N. D. A.

Dados da empresa

3. **De:** A., N.

Enviado em: segunda-feira, 12 de setembro de 2011 03:07

Para: M., L. C. M.

Cc: G., L. C. C.

Assunto: RE: Hair Color new launches!

Oi L., tudo bem?

Estou escrevendo para perguntar se está tudo certo com os registros dos novos lançamentos?

Vi que na lista que te mandei os nomes estavam abreviados, segue a lista novamente com a descrição por extensa de todos os produtos.

Apenas para reforçar, os lançamentos que teremos são:

- 1- W..... – uma linha nova que terá o preço mais baixo que K. (Preço PV: R\$ 12.99) – ele terá 26 nuances (cores) diferentes e será lançado em Outubro.
- 2- K.....- será uma “line-extension”, um produto com o nome K., porém mais premium pois será o primeiro no Mercado brasileiro em espuma. (Preço K. espuma: R\$ 19,99) – ele terá 18 nuances (cores) diferentes e será lançado em Dezembro.

Uma dúvida L., mesmo sendo uma line extension, conseguiremos ler na base K.B. e o K.E. separadamente certo?

Obrigada,

N.

D.

A.

Dados da empresa

4. **De:** M. L. C. M.

Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 03:40

Para: A., N.

Cc: G., L. C. C.

Assunto: RES: Hair Color new launches!

Excelente N, muito obrigado pelas fotos.

L. C. M. M.

Dados da empresa

5. **De:** A., N. [mailto: a.....@empresa.com]

Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 15:36

Para: M., L. C. M.

Cc: G., L. C.

Assunto: RE: Hair Color new launches!

Oi L.,

P.V. é uma linha nova que terá o preço mais baixo que K. (Preço P. V.: R\$ 12,99) – ele terá 26 nuances (cores) diferentes e será lançado em Outubro

K. E. – será uma “line-extension”, um produto com nome K., porém mais premium pois sera o primeiro no Mercado brasileiro em espuma. (Preço K. Espuma: R\$ 19,99) – ele terá 18 nuances (cores) diferentes e sera lançado em Dezembro.

Segue a imagem dos produtos em anexo (não tem a imagem de todas as cores mas as embalagens são quase iguais, muda só o modelo, tudo bem?!)

Estou a disposição para o que precisarem.

Obrigada,

N. D. A.

Dados da empresa.

6. **De:** M. L. C. M. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 07:09

Para: A., N.

Assunto: RES: Hair Color new launches!

N., boa noite

Estes produtos são em espuma? Já existe alguma foto deste produto para que eu possa avaliar com a equipe?

Obrigado!

L. C. M. M.

Dados da empresa

G., L. C. C.

7. **De:** F., D. [f.....@empresa.com]

Enviado em: segunda-feira, 11 de julho de 2011 15:00

Para: G., L. C. C.; R., D.

Assunto: RE: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls

L.,

Obrigado pela clareza. Pls traduz esse email e responde em cima do email que mandou o J., copiando todas as pessoas que estão lá

Thanks!

D. L. F.

Dados da empresa

8. **De:** G., L. C. C. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: segunda-feira, 11 de julho de 2011 14:43

Para: F., D.; R., D.

Assunto: RES: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls

D.,

Conforme conversamos por telefone, o projeto de S. R. que vc me mandou foi processado em 2007, qdo ainda fazíamos o estudo por um corte de faturamento como também sugeriu a D. e o J.

Após acordo com varejistas, não mais processamos o estudo dessa maneira, pois pode revelar alguma concentração de mercado em cadeias varejistas. Dessa forma, fazemos o corte pelo número de lojas. Podemos observar, contudo, que no Chart 7 da apresentação que enviamos, que as lojas mais importantes (20% ou 632 lojas) valem 59% do faturamento da categoria de Face Care nas drogarias de cadeias.

Qualquer dúvida, entre em contato.

Att.

L. G.

9. **De:** F., D. [mailto: m.....@empresa.com]

Enviado em: segunda-feira, 11 de julho de 2011 10:34

Para: R., D.; G., L. C. C.

Assunto: RE: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls

L.,

Conforme o email da D., a nossa expectativa era ter o ranking feito pelo category sales (conforme colocamos na MMP). Havia entendido que o corte tinha sido feito dessa maneira

Tks,

D. L. F.

Dados da empresa

10. **De:** R., D.

Enviado em: sexta-feira, 08 de julho de 2011 16:03

Para: G., L. C. C.

Assunto: Lista Stores Skin POS2008_empresa.xls

Oi L.,

Segue em anexo a lista de lojas que foi realizada em 2008 para Skin Care.

A idéia é ver quantas lojas fazem cada pedaço do mercado, conforme colocamos na MMP. (Segmentation Based on total category sales)

Sendo que dividimos o nosso em:

- TOP 20% Value Market > qntas lojas e quais
- TOP 20%-40% Value Market > qntas lojas e quais
- TOP 40%-60% Value Market > qntas lojas e quais
- TOP 60%-100% Value Market > qntas lojas e quais

Tks,

D. e D.

G., L. C. C.

11. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: segunda-feira, 19 de agosto de 2011 11:27

Para: Grupo XI

Cc: D., A. B. P.; P., L. F. S.; N., I. C. C.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes *empresa*

L. / G.,

Estamos realocando a receita do MMM (171k) para Out.11. (assim que tiverem a confirmação de entrega deste serviço, nos informem para que possamos provisionar a receita do mês correto)

Sobre o KDB (259k) ficamos no aguardo da GR + JOB (conforme abaixo) para lançar esse contrato no SAP.

O LSDA está ok e será faturado esta semana.

Obrigado

M.

12. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: terça-feira, 06 de setembro de 2011 09:33

Para: P., L. F. S.

Cc: D., A. B. P.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes *empresa*

Bom dia K.,

Os casos abaixo estão com receita alocada para Set. 11.

Peço que confirme se realmente teremos a entrega e a liberação do GR para garantirmos a alocação destas receitas no mês.

Obrigado

M.

TABELA

13. **De:** P., L. F. S.

Enviado em: segunda-feira, 15 de agosto de 2011 09:55

Para: S., M. R. A.

Cc: D., A. B. P.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

M.,

O LSD estou vendo quanto ao KBD este vamos entregar em setembro

abs

L. F. S. P.

Dados da empresa

14. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: sexta-feira, 12 de agosto de 2011 04:49

Para: P., L. F. S.

Cc: D., A. B. P.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

K.,

Segue status atualizado para Ago 11, tanto para faturamento suspenso quanto para confirmação de GR para reconhecer a receita no mês.

TABELA

No caso do LSDA uma dúvida, se já entregamos o estudo, porque a GR não foi liberada ainda?

Nos outros dois casos, precisamos de uma definição em relação a entrega e (envio da GR) pois como trata-se de um valor representativo, devemos tomar uma ação imediata para não haver surpresas no resultado da receita deste mês.

Outra pergunta, quando vc acha que fechamos a negociação do NPS para esse período?

Obrigado

Abs

M.

15. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 14:16

Para: P., L. F. S.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

OK K.,

Abs

16. **De:** P., L. F. S.

Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 14:10

Para: S., M. R. A.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

Quando tiver novidade te aviso

abs

L. F. S. P.

Dados da empresa

17. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: sexta-feira, 5 de agosto de 2011 12:45

Para: G., L. C. C.; F., G. L.

Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.

Assunto: RES: Faturamentos pendentes

Bom dia,

Peço que confirmem as entregas no relatório de pendências *empresa* (bem como GR / PO), para que possamos liberar seus respectivos faturamentos e alocar a receita para cada entrega.

Obrigado

M.

18. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: quarta-feira, 27 de julho de 2011 10:44

Para: G., L. C. C.; F., G. L.

Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.

Assunto: ENC: Faturamentos pendentes

Bom dia L. / G.,

A receita dos serviços não evidenciados neste período foi deslocada para Ago 11.

M.

19. **De:** S., M. R. A.

Enviado em: segunda-feira, 18 de julho de 2011 16:30

Para: G., L. C. C.; F., G. L.

Cc: P., L. F. S.; D., A. B. P.

Assunto: Faturamentos pendentes

Boa tarde L. / G.,

Segue planilha de pendências. Temos dois serviços que de acordo com as entregas devem ser faturados neste mês, porém ainda não recebemos as informações necessárias. (GR)

As evidências de entregas dos respectivos serviços deverão ser entregues até dia 22/07 para que possamos reconhecer a receita em Jul 11.

Obrigado

M.

G., L. C. C.

20. **De:** L., T. [L.....@empresa.com]

Enviado em: sexta-feira, 9 de setembro de 2011 11:26

Para: G, L. C. C.

Cc: L., M.

Assunto: RE: *Empresa* ranking – lowest product level

L.,

Estive conversando com o M. e acho que preciso de algo mto mais simples. Apenas um ranking de produtos por vendas em valor P6M (produto no nível mais baixo que tiver, talvez seja versão), por formato **10-19ck**, **20-49Kc** e **50+ck**.

-

Preciso disso apenas para uma análise simples de vendas por formato – Espero que possa nos ajudar,

Obrigado,

T. L.

Dados da empresa

21. **De:** G, L. C. C. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 14:57

Para: L., T.

Cc: P., L. F. S.

Assunto: RES: *Empresa* data per SKU – *Empresa*

T.,

Desculpe por não ter respondido ontem. Em relação à sua demanda, acredito que você tem acesso a praticamente todas essas informações nos relatórios que processamos para a *empresa*. Além disso, disponibilizamos as bases de dados e softwares para vocês fazerem o data pulling quando necessário. Outra observação sobre seu pedido: para ver o item em nível SKU, com código EAN só será possível com o uso de scantrack (e vcs comprem essa info para Shampoo, Fem Care e Skin Care).

Por fim, esse tipo de solicitação (data pulling) foge do escopo de trabalho proposto entre a *empresa* e a *empresa*. Sempre que podemos ajudamos com algumas solicitações como essa, mas no momento toda nossa equipe está ocupada com entregas de projetos para a *empresa*.

Acredito que precisamos marcar uma reunião para nos apresentarmos e definirmos os focos do nosso plano de trabalho para o FY11/12. Espero uma sugestão de agenda para isso. De todas as formas, teremos nossa reunião trimestral entre *empresa* e CMK team para apresentarmos o plano de trabalho com toda a equipe reunida. Nessas reuniões definimos o escopo de trabalho e os projetos mais importantes e que daremos maior foco no decorrer do FY.

Agradeço a compreensão.

Abraço,

L. G.

22. **De:** L., T. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 13:51

Para: G, L. C. C.

Cc: O., D.

Assunto: RES: *Empresa* data per SKU – *Empresa*

L.,

Conseguiu ver este e-mail? Por favor, tua ajuda.

Obrigado,

T. L.

Dados da empresa

23. **De:** L., T. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: quarta-feira, 24 de agosto de 2011 15:51

Para: G, L. C. C.

Cc: O., D.

Assunto: RES: Empresa data per SKU – Empresa

L.,

Como vai? Espero que bem desde o nosso treinamento de retail index da semana passada ☺ Estive falando com o D. e talvez vc possa me ajudar com a obter as informações abaixo quebrado por SKU para os 3 formatos: **10-19ck**, **20-49kc** e **50+ck**

Categoria	SKU Descrição	SKU EAN	CODIGO	VALOR (NET SALES) 6PM
-----------	---------------	------------	--------	--------------------------

Categorias:

Dados das categorias da empresa

O report pode ser em um mesmo excel, em 3 sheets diferentes: **10-19ck**, **20-49kc** e **50+ck**

Obrigado pela ajuda,

T. L.

Dados da empresa

G., L. C. C.

24. **De:** M., P.

Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 10:04

Para: G, L. C. C.

Cc: P., L. F. S.; S., L. T.

Assunto: RES: 10-19ck per Área – *Empresa* report

Bom dia L.,

Tudo bom e vc?

Preciso de mais algumas informações para cotar esse S.:

- 5) Categoria?
- 6) Dados Scan ou Retail?
- 7) Duas ondas ao ano de quantos períodos?
- 8) Quantos produtos são a nível versão?

Com essas informações conseguimos fazer a cotação e iniciar a viabilidade.

Obrigada,

P.

25. **De:** G., L. C. C.

Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 9:33

Para: M., P.; S., L. T.

Cc: P., L. F. S.

Assunto: *ENC: 10-19ck per Área – Empresa* report

P. e L.,

Td bem? Vocês poderiam nos ajudar com uma cotação de S.? O escopo seria quebras de mercado de AS 10-19cks por área, com as variáveis Share Valor, Volume Share, ND, OOS, Extra Points, Displays, Check-Outs, Share of Forward Stocks até o nível versão. Duas ondas ao ano.

Att.

L. G.

26. **De:** O., D. [mailto: O.....@empresa.com]

Enviado em: sexta-feira, 26 de agosto de 2011 09:27

Para: G, L. C. C.; P., L. F. S.

Cc: L., T.

Assunto: RES: 10-19ck per Área – Empresa report

Acho que não precisamos de um call. Precisamos de uma cotação para 10-19CK, por área (ou a maior quebra possível que não exponha cadeias), com Value Share, Volume Share, ND, OOS, Extra Points, Displays, Check-Outs, Share of Forward Stocks até o nível versão. Tudo isso duas vezes ao ano.

Se tivermos uma noção de preço, fazemos um call e definimos next steps.

Abs,
D. O.

Dados da empresa

27. **De:** G., L. C. C. [mailto: L.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 07:00

Para: P., L. F. S.; O., D.

Cc: L., T.

Assunto: RES: 10-19ck per Área – Empresa report

Pessoal,

Podemos agendar um conference call sobre esse assunto?

Qual é a disponibilidade de vocês?

Abs.

L. G.

28. **De:** P., L. F. S.

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 17:30

Para: O., D.; G., L. C. C.

Cc: L., T.

Assunto: RES: 10-19ck per Área – Empresa report

Tá uma liga para falarmos sobre o assunto... precisamos ver como podemos fazer o S. sem expor cadeias.

Fico no aguardo

Abs

K.

Dados da empresa

29. **De:** O., D. [mailto: O.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 04:26

Para: P., L. F. S.

Cc: L., T.

Assunto: RES: 10-19ck per Área – Empresa report

K., olha o email abaixo. Não abrimos 10-19 por região em nenhum lugar, né?

Pergunta: qto ficaria para termos 2 fotos do canal por área N., mesmas variáveis do NMR S. que eu conduzi?

Abs, obrigado!

D. O.

Dados da empresa

G., L. C. C.

30. **De:** M., L. V.

Enviado em: segunda-feira, 04 de julho de 2011 18:08

Para: C., D. F. B. ; R., W. F.; R, C. G.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Oi D.,

Achei que a apresentação está ótima, bem clara e objetiva.

Segue definição de MVNO e um exemplo de um dos primeiros passos no Brasil, cuja iniciativa é da P. S.

Bjs

L.

Dados da empresa

31. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: sexta-feira, 01 de julho de 2011 17:22

Para: R., W. F.; R, C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: ENC: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá pessoal,

Não sei se já puderam ver as agendas de vocês, mas a D. I. conseguiu um horário na agenda do E. no dia 05/07, das 16h às 17h, para nossa apresentação.

Segue um esboço da apresentação. Vejam por favor, o que acham, se estão de acordo ou se visualizam que poderíamos mudar algo.

Depois da nossa última reunião apresentei ao B. os temas e nossas considerações; ele gostou e achou interessante não mencionarmos os temas que não recomendamos trabalhar nesse fórum. Há também, alguns pontos em vermelho, que foram sugestão do B. e não havíamos discutido antes, como a data da primeira sessão, que pensamos para Julho, mas ele acha que pode ser na 1 quinzena de Agosto e o pós-reunião.

Sobre a questão dos possíveis nomes dos facilitadores, acabamos não pensando, mas podemos trabalhar com isso quando tivermos os temas priorizados, ok?

Eu posso conduzir a apresentação, mas à medida que tenham comentários, vocês poderão acrescentar na hora, ok?

Vocês acham necessário nos reunirmos antes da reunião de terça ou se seguimos falando por e-mail?

Abraços,
D.

32. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: sexta-feira, 01 de julho de 2011 12:50

Para: M., L. V.

Assunto: ENC: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Oi L.,

Tudo bem?

Segue a apresentação, veja o que acha? Estou pensando em já enviar para os demais também, para recebermos os inputs, o que acha?

A reunião ficou para o dia 05/7, você já viu?

Em vermelho coloquei algumas coisas novas que não chegamos a discutir ainda, mas veja o que acha... você poderia acrescentar o que quer dizer a sigla MVNO?

Obrigada,

Bj.

D.

33. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: quinta-feira, 16 de junho de 2011 14:55

Para: R., W. F.; R, C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá pessoal,

Com base em nossa reunião do dia 13/6, segue um consolidado dos temas. Vejam se é isso mesmo.

Dividimos os próximos passos da seguinte forma:

- L. – irá preparar uma apresentação sintética para nossa reunião com o E., que ficará para o seu retorno, talvez semana de 27/6 ou 01/7.
- D., W. e C. – irão pesquisar alguns nomes para os temas mais recorrentes (Gestão de Talentos e Gestão da Mudança), para que possamos levar como possíveis idéias no dia da apresentação ao E.
- A recomendação do grupo será trabalhar com esses dois temas, inicialmente.

Se faltou algo, por favor, sinalizem.

Obrigada.

D.

34. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: quinta-feira, 9 de junho de 2011 15:20

Para: R., W. F.; R, C. G.; M., L. V.; A., E. M. R; G, L. C. C.

Assunto: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá pessoal,

Tudo bem?

Abaixo, compartilho com vocês os retornos que recebi quanto aos temas.

O B. pediu que assim que tivermos os temas organizados ele gostaria que façamos uma apresentação ao E. Já estou verificando com a D. I. uma data para essa nossa apresentação. Ele acredita que será algo de 30 minutos para mostrarmos ao E. nosso plano de implementação do Fórum e definições dos temas.

Gostaria de agendar uma reunião com vocês antes disso, para discutirmos sobre os temas que surgiram e caso algum de nós tenha algum outro tema a agregar, que possamos fazer isso nessa reunião.

Agendarei em seguida um horário para nossa reunião.

Até

mais,

D.

A.:

Sugestão: discutir as Best practices de desenvolvimento de “mind set” nas equipes (subordinados e gestores) com enfoque em criar soluções/resoluções de problemas num ambiente de mudança contínua e cada vez mais demandante, onde o “como” fazer depende mais do repertório e capacidade de solução de problemas das equipes do que em instruções previsíveis e estruturadas top-down.

J. A.:

Minha sugestão de tema é **Como integrar mais e mais rápido – o papel dos gestores.**

Acho que todas as áreas de negócios estão alinhadas em relação à necessidade de integração, mas o “como” ainda está nebuloso para muitos de nós. E não vamos receber uma receita de bolo ou um deadline para a tal integração. Ela não é um evento, e sim um processo de trabalho. Então acho que uma mesa redonda entre os gestores para debater idéias acionáveis e nosso papel como difusores da cultura da integração seria rico para o grupo.

L. e gestores de Retail:

Capacidade de influência

Gestão de mudanças

Negociação

Geração y

Redes sociais

MVNOs

B.:

Seguem alguns temas que foram levantados pelo Comitê Operativo (Board) na reunião que tivemos em Campos do Jordão e que poderiam ser exploradas nesta iniciativa:

- Gestão da Mudança
- Formação de sucessores
- Capacidade de Influência

I.:

Seguem sugestões de temas que acho que podem ser de interesse para todos os gestores

- Gestão de Talentos
- Engagement
- Simple, Open e Integrado na prática.
- Conexão: Pessoas & Negócio

J. C. e gestoras de AAC:

- **Meritocracia na N.**
- **Foco no cliente em todos os níveis da organização**

Acho que são meio “batidos”, mas é sempre bom revisitar.

A.:

Minhas sugestões:

- Macro economia
- Liderança e Gestão de Talentos
- Redes Sociais no contexto de trabalho.
- Desafios da liderança no contexto da mudança

35. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: segunda-feira, 6 de junho de 2011 13:23

Para: P., T. G.; R., M. S.; G., C. B.; A., O. C.; M., C.; M., M. R. C.; A., J.; M., T. C.; M., C. C.; C., E. D.; C., J. C. B. A.; L., F. L. A.; P., W.; J., A. F. S.; M., M. C.; G., M. I.

Cc: R., W. F.; R., C. G.; M., L. V.; A., E. M. R.; G., L. C. C.

Assunto: RES: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá prezados,

Apenas para lembrá-los: aguardamos **até amanhã, 07/06**, suas sugestões de temas para o Fórum de Gestão de Negócios.

Obrigada.

Att.,

D.

36. **De:** C., D. F. B.

Enviado em: quarta-feira, 1 de junho de 2011 10:11

Para: P., T. G.; R., M. S.; G., C. B.; A., O. C.; M., C.; M., M. R. C.; A., J.; M., T. C.; M., C. C.; C., E. D.; C., J. C. B. A.; L., F. L. A.; P., W.; J., A. F. S.; M., M. C.; G., M. I.

Cc: R., W. F.; R., C. G.; M., L. V.; A., E. M. R.; G., L. C. C.

Assunto: Fórum de Gestão de Negócios

Prioridade: Alta

Olá prezado,

A partir do **Concurso de Inovações** estamos implementando em 2011, o Fórum de Gestão de Negócios, que tem por objetivo ser um espaço para troca de experiências e “best practices” entre os gestores da Cia. sobre temas relacionados ao negócio e à gestão.

A proposta é de que a sessão siga um formato de “mesa redonda”, de 1h30 a 2horas, onde teremos a presença de um convidado, que facilitará a reunião. O tema de cada sessão será definido e apresentado previamente aos participantes e as inscrições serão voluntárias.

De modo que possamos oferecer temas relevantes e que sejam de interesse dos gestores da Cia., **gostaríamos de promover esta rápida pesquisa junto a vocês.**

Desta forma, por favor, reflita **sobre um possível tema que poderá ser abordado neste Fórum, e me retorne até o dia 07/6**, com sua opinião. Na medida do possível, converse com os gestores de suas equipes, para que o tema sugerido seja de interesse comum em sua área.

Não será considerado como tema para este Fórum:

- Assuntos específicos das áreas da Cia.

- Assuntos focados na qualidade dos serviços oferecidos pela N., uma vez que já há espaços específicos para esse tipo de discussão.
- Assuntos fora do nosso Negócio.

Qualquer dúvida, estou à disposição.

Atenciosamente,

D.

Equipe do Projeto: D., C., W., L, E. e L. G.

N., E. C. M.

37. **De:** N., E. C. M.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

L.,

Boa tarde!

Está confirmada a entrega da obra para o início de Dezembro?

Estamos com um inconveniente para atender este prazo. Com frete aéreo dedicado, meu melhor prazo está na casa dos 60 dias.

Com frete marítimo, temos uma situação um pouco mais dilatada, com 85 dias... Este foi o frete cotado para a E.

Peço por gentileza me esclarecer se podemos colocar o pedido nestas condições.

Infelizmente, como já discutimos, tivemos um problema de comunicação neste pedido e não fomos consultados com a devida antecedência para cumprir tais condições.

Estamos à disposição para fazer o máximo que estiver ao nosso alcance.

No aguardo.

Atenciosamente,

E.

38. **De:** L.

Enviado em: não fornecido

Para: N., E. C. M.

Assunto: não fornecido

Sr. E. boa tarde, não há possibilidade do prazo se estender a mais do que o dia 02 de dezembro.

Nosso prazo final para entrega desta obra é dia **05 de dezembro de 2011**.

Estou informando que a entrega poderia ser até o dia 02/12, tendo em vista que instalarei até o dia 04/12, para que a obra esteja concluída no dia 05/12.

Faça o possível e impossível para nos atender, tendo em vista o compromisso com a Prefeitura.

Agradeço sua atenção, e espero poder contar com todo seu empenho.

Muito obrigado,

L.

39. **De:** não fornecido

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezado E.,

Obrigado por nos contatar.

Com certeza podemos agendar uma reunião. Entretanto, para melhor atender, gostaria que você nos contasse um pouco sobre a aplicação, se é iluminação de interiores, etc...

Como temos profissionais especializados em cada segmento (viário, comercial, hoteleiro, etc) a pessoa mais indicada irá lhe atender melhor.

Em tempo: já estamos tratando de um projeto para o empreendimento J. P. , junto à T. Se trata de outro projeto, correto?

Atenciosamente,

E.

40. **De:** C.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Srs,

Por gentileza informar o valor estimado (possível) de faturamento de lampadas para outubro....

Por favor preciso da informação (basta valor net) até a tarde da 5ª feira(13/10).....

Vejam se há faturamentos para outubro de LA dos representantes....

Fico no aguardo,

Grato

C.

41. **De:** R.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezados Srs,

Para facilitar a análise da Empresa X. e Empresa Y. peço a gentileza de encaminhar os seguintes documentos impressos:

- Plantas com projetos luminotécnicos
- Descritivo com os parâmetros utilizados para elaboração do proj. luminotécnico incluindo a indicação do software utilizado.
- Resultados dos testes realizados em laboratório sobre as luminárias apresentadas.
- Parâmetros utilizados para o cálculo da RCB.

Os documentos deverão ser encaminhados aos cuidados do Eng. M. na Rua L., 320 – SP – SP, até amanhã 18/10 às 16:00hs.

Grato,

R.

42. **De:** M.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezado

Solicito realizar revisão e complemento de vossa proposta atendendo as indicações feitas na planilha anexa, cada célula possui comentário sobre a necessidade de ajuste, esclarecimento ou complemento.

Peço confirmar o recebimento deste e-mail

Peço enviar vossa proposta técnica revisada de forma impressa e eletrônica aos meus cuidados no endereço abaixo até 31/10 às 12h00'. Caso haja atraso na entrega ou divergência na documentação solicitada vossa proposta poderá ser reprovada. Não está prevista nova solicitação de ajuste ou correção.

Favor encaminhar a proposta comercial revisada em envelope fechado exclusivamente ao Sr. R. W. no Ed. B. situado à Rua L. M., 158 – 6º andar – V. O.

Grato

M.

43. **De:** C.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Srs,

Apenas para lembrar.....todos os projetos que estamos trabalhando deverão estar inseridos no SharePoint do LATAM até o final do mês..... o F. G. também já está alinhado com isto...

Agradeço não deixarem para o final do mês..... pois é sempre mais difícil.

Att.

C.

44. **De:** C.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Srs,

Acertei com o F. que vamos utilizar a ferramenta do LATAM (todos os países usam) para inclusão de todos os projetos em andamento (pipeline). Peco por favor atentarem que este será um processo mandatório, ou seja, temos que alimentar a ferramenta e deixar qualquer outro controle paralelo (salvo aqueles que vcs queiram manter para uso próprio)... para efeito interno o único pipeline que será oficial será o do share point do LATAM...

Segue o link...

Por gentileza, peça para que todos incluam os projetos no decorrer deste mês de outubro....

Qualquer dúvida, me procurem por favor.

Att.

C.

45. **De:** A.

Enviado em: não fornecido

Para: E.; V.

Assunto: não fornecido

V., E.,

Como estamos com esse projeto? A movimentação é grande ao lado e a obra gigante.

Eu e M. recebemos o Presidente da E. há uns meses atrás para ele conhecer o WPI e foi uma dos fatores motivadores da mudança deles. Ou seja, o próprio M. tem contato com ele e pode ajudar.

É importante a conquista desse projeto.

Me parece que a Arquiteta é a mesma do nosso edifício, e o LD, já tem definido?

Enfim, como estamos e no que podemos ajudar?? Quem sabe o pessoal de Office tem relacionamento e pode ajudar também.....? abs

A.

46. **De:** E.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezado J.,

Enviamos para a vossa apreciação uma revisão da proposta comercial para o projeto para as comunidades do Rio de Janeiro.

Como você sabe, a nossa empresa iniciou a cooperação neste projeto apresentando um **projeto de iluminação completo, sem custo**, na nossa reunião do dia 19 de Agosto.

Assim, a primeira proposta, que foi apresentada em decorrência desta reunião, era no valor de R\$ x.xxx.xxx,00 (enviada dia 26/08).

Após discussões entre a nossa empresa, D. e o cliente final, **além de várias reduções no valor inicialmente previsto**, assumimos o compromisso de colaborar mais com o projeto reduzindo drasticamente o valor total dos equipamentos, com pequenas modificações na especificação, chegando em **R\$ xxx.xxx,00 (52% do valor original)**.

Vale ressaltar que os valores praticados no mercado para venda destes equipamentos são bem acima deste valor ofertado, sendo este orçamento de caráter único e exclusivamente relacionado à parceria assumida pela a P. com a D e P.

Como ainda não sabemos se o valor é suficiente, optamos por deixar o valor total aberto “item a item”, para que a D., junto à secretaria, possa reformatar o projeto, alterando-se o quantitativo previsto pela P., à fim de chegar ao valor previsto e necessário.

Desta forma, aguardamos seu posicionamento quanto à este novo orçamento para que possamos prosseguir, ou não com as tratativas.

Permanecemos à disposição.

Atenciosamente,

E.

47. De: E.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Prezados,

Segue em anexo a nossa proposta EDPBR-EM-002-2011, em referência à solicitação de cotação enviada no e-mail abaixo.

Também em anexo, seguem os certificados dos produtos especificados, conforme exigência.

Estamos à disposição da Empresa K para o esclarecimento de quaisquer dúvidas.

Atenciosamente,
E.

48. **De:** E.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Referência: Solicitação de Proposta – RFP-AES-BR-EP-SUP-M3-0892/2011 – Iluminação 07 Tuneis –SP

Prezado R.,

c/c M.,

Apresentamos em anexo nossa proposta em resposta à solicitação em referência.

Pelo tamanho dos arquivos em anexo, serão três e-mails, do quais este é o primeiro deles.

Peço a gentileza de acusar recebimento.

Atenciosamente,

E.

49. **De:** L.

Enviado em: não fornecido

Para: não fornecido

Assunto: não fornecido

Senhores,

Envio-lhes a ata de reunião que preparei para suas apreciações e comentários.

Agradeço desde de já,

Atenciosamente,

L.

S., L.

50. **De:** R., M. S.

Enviada em: sexta-feira, 30 de março de 2012 13:31

Para: D., I.; S., L.

Cc: M., C. C. ; J., A. F. S.; S., A. C. F.; S., D. C.; S., C. B.; P., M.; R., F. C. M.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

I., sem dúvida o tema é simples, porém o que não é simples é explicar isso ao cliente. Quando incluímos as informações de Scantrack no RI não tivemos nada formalizado ao cliente de quais seriam as limitações.

Por mais que a explicação e a nossa compreensão seja bastante clara, sob o ponto de vista prático – e até lógico – não faz o mínimo sentido o mesmo item ter distribuições diferentes. Pergunta: para os itens que são 100% ofertados (como o exemplo abaixo) não podemos deixar iguais as distribuições negociantes e de ofertas?

M. R.

Dados da empresa

51. **De:** D., I.

Enviada em: sexta-feira, 30 de março de 2012 10:32

Para: S., L.; R., M. S.

Cc: M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.; S., D. C.; S., C. B.; P., M.; R., F. C. M.

Assunto: ENC: Ponderada x Ofertas

L. e M.: por favor, levar em consideração o seguinte comentário:

O reforço amostral descrito pelo C. tem como objetivo melhorar a precisão da informação de distribuição de causais, mas que a diferença de precisão (DN e D Causais), pode continuar existindo.

Att, I.

52. De: M., C. C.
Enviado em: sexta-feira, 30 de março de 2012, 10:17
Para: D., I.
Cc: P., M.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Correto!

53. De: D., I.
Enviada em: sexta-feira, 30 de março de 2012 09:42
Para: M., C. C.
Cc: P., M.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Oi C., obrigada pelo comentário. Só pra entender, isto quer dizer que melhoraremos a precisão da informação de distribuição de causais, mas que a diferença de precisão pode continuar existindo, é isto?

Só queria deixar claro isto também para CS...

Att, I.

54. De: M., C. C.
Enviado em: sexta-feira, 30 de março de 2012 9:30
Para: D., I.; S., L.; R., M. S.
Cc: J., A. F. S.; S., A. C. F.; S., D. C.; S., C. B.; P., M.; R., F. C. M.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas
Prioridade: Alta

Nesta comunicação, devemos informar que estamos reforçando a amostra de causais.
A M. e a D. têm os detalhes.

C.

55. De: D., I.
Enviada em: quinta-feira, 29 de março de 2012 19:17
Para: S., L.; R., M. S.
Cc: M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.; S., D. C.; S., C. B.; P., M.; R., F. C. M.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

L. e M.,

Conversei com a M. e o tema me pareceu muito simples:

1. Sabemos desde que tivemos a entrada das lojas Scantrack ao Retail Index, que a

precisão da informação de distribuição numérica e ponderada é muito mais alta que a informação de distribuições de ofertas. Uma é censos data para as cadeias Scanning e outra é uma amostra, que por uma decisão da companhia, é a menor possível, portanto, com uma precisão muito menor que a Distribuição Numérica

2. O item em questão N. Leve4 Pague3, que é uma oferta, está aberto na base de dados, portanto, a distribuição numérica deste item contém a mesma precisão das vendas. Para este item o recomendado é utilizar esta distribuição numérica como a distribuição de oferta, pois o item já é a oferta.

Importante salientar, que não existe erro e sim precisões diferentes entre as duas distribuições.

Espero ter contribuído para o entendimento.

L., caso você precise de apoio para revisar um documento ou apresentação a ser feita ao cliente, procure a M. ou a mim.

Att, I.

56. **De:** S., L.

Enviada em: quinta-feira, 29 de março de 2012 2:59

Para: P., M.; R., F. C. M.; D., I.

Cc: M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.; R., M. S.; S., D. C.; S., C. B.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Meninas,

Não é questão de não concordar com a metodologia.

Vejam só este caso: N. Leve4 Pague3 que, por si só, é um item ofertado, tem uma DP de **58** e uma distribuição ponderada de Ofertas de **3**.

As diferentes metodologias estão claras. Porém como eu posso explicar isso para o cliente sem expor a fragilidade da amostra?

M., PSC, certamente este será mais um assunto que o R. (*empresa*) deve abordar na reunião.

Obrigada,

L. S.

Dados da empresa

57. **De:** P., M.

Enviada em: quinta-feira, 29 de março de 2012 13:58

Para: R., F. C. M.; S., L.; D., I.

Cc: M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

F.,

Se a dúvida deles fosse relacionada com o entendimento da metodologia, ok poderia dar o suporte necessário. Mas a dúvida pontuada é que eles não concordam com a metodologia em si.

L.,

Me corrija se o meu entendimento estiver equivocado.

I.,

Existe algum documento enviado para os clientes a respeito da metodologia de coleta de variáveis observacionais (DN de oferta)? Acredito que na época em que a metodologia foi implantada você era a gerente de produtos.

Att,
M.

58. **De:** R., F. C. M.

Enviada em: quinta-feira, 29 de março de 2012 11:33

Para: P., M.; S., L.

Cc: D., I.; M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

M.,

Entendo seu ponto, mas minha preocupação é que do ponto de vista do Cliente ainda não está claro. Existe algo que pode ser feito para apoiar o CS?

Att,

59. **De:** P., M.

Enviada em: quinta-feira, 29 de março de 2012 10:41

Para: R., F. C. M.; S., L.

Cc: D., I.; M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

F.,

A resposta de MSci Operation e MSci CSE já foi dada e trata-se de justificativa da metodologia de estoques.

A justificativa técnica da metodologia já foi encaminhada para a área comercial.

Att,
M.

60. **De:** R., F. C. M.

Enviada em: quarta-feira, 28 de março de 2012 6:39

Para: S., L.; P., M.

Cc: D., I.; M., C. C.; J., A. F. S.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Oi L.,

Infelizmente não. Mesmo durante o tempo que estive em BI não me recordo de nenhum caso parecido. O fluxo de questionamento quando uma resposta de MSci Operations é insatisfatória para o CS é a intervenção da equipe de MSci CSE para apoio, que neste caso é a M. P.

M.,

Vi que você passou para CS procurar CSE e PL para o caso abaixo. Este é mesmo o fluxo? Por se tratar de um questionamento que o CS ficou insatisfeito com o retorno, este encaminhamento para CSE e PL não deveria partir de vocês com todo o histórico e análise do problema?

Aguardo retorno,

Obrigada.

61. **De:** S., L.

Enviada em: quarta-feira, 28 de março de 2012 18:26

Para: R., F. C. M.

Assunto: ENC: Ponderada x Ofertas

F.,

Estamos enfrentando problemas por conta da diferença de distribuição ponderada de um item ofertado (leve 4 pague 3, por exemplo) e sua distribuição ponderada de ofertas.

Entendemos a questão das diferentes metodologias, mas é difícil justificar isso para o cliente.

Imagino que você já tenha visto casos parecidos e gostaria de conversar com você sobre isso. Há alguma chance de correção destes números? Como a *empresa* comunica oficialmente essa questão aos clientes?

Pode me ajudar?

Beijos e obrigada,
L.S.

Dados da empresa

62. **De:** P., M.

Enviada em: quinta-feira, 22 de março de 2012 10:11

Para: S., D. C.; S., C. B.

Cc: S., L.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

D.,

A formalização técnica é o e-mail que enviei. Caso você precise de uma documentação com uma visão de produto/ comercial, peço, por favor, que você entre em contato com PL ou CSE.

Att,

M.

63. **De:** S., D. C.

Enviada em: quinta-feira, 22 de março de 2012 9:53

Para: P., M.; S., C. B.

Cc: S., L.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Bom dia M.

Insisto, peço uma formalização que não podemos comparar essas variáveis para que eu possa enviar aos clientes que estão reclamando.

Isso porque se a não podemos usar esse comparativo para os itens promocionais, a lógica de metodologias diferentes é a mesma para ofertas, ponto extra, POP e check out, correto?

Sendo assim não podemos por exemplo, comparar a distribuição numérica de POP com a distribuição numérica do fabricante, correto?

Já tivemos um caso grave com a *empresa* sobre esses causais, porque nunca foi informada essa questão.

Obrigado.

At.

D. C. S.

Dados da empresa

64. **De:** P., M.

Enviada em: quinta-feira, 22 de março de 2012 09:45

Para: S., D. C.; S., C. B.

Cc: S., L.; S., A. C. F.

Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

C. e D.,

Entendo o ponto de vista de vocês, mas a explicação que o AC passou está correta

e o ponto de entendimento é que a metodologia definida para cada uma das variáveis é diferente e desta forma os resultados podem sim ser diferentes.

O importante é o entendimento da metodologia para que a análise de cada variável seja coerente.

Para um item não promocional, as duas variáveis são importantes e é inviável aplicarmos a mesma metodologia de irmos a todas as cadeias coletar a informação de causal. Com relação ao item promocional a recomendação é que o cliente analise a variável DN e DP devido a precisão existente.

Qualquer dúvida, estou à disposição.

Att,
M.

65. **De:** S., D. C.
Enviada em: quinta-feira, 22 de março de 2012 8:58
Para: S., A. C. F.; P., M.
Cc: S., L.; S., C. B.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

Bom dia AC

Você poderia então formalizar que não podemos utilizar nenhuma variável causal para comparar com as não causais?

Obrigado

At.
D. C. S.
Dados da empresa

66. **De:** S., A. C. F.
Enviada em: quarta-feira, 21 de março de 2012 19:23
Para: S., D. C.; P., M.
Cc: S., L.; S., C. B.
Assunto: RES: Ponderada x Ofertas

A resposta é a mesma que enviei para C.,
Duvidas alinhe com a M.
AC
Dados da empresa

67. **De:** S., D. C.
Enviada em: quarta-feira, 21 de março de 2012 14:07
Para: S., A. C. F.

Cc: S., L.; S., C. B.

Assunto: ENC: Ponderada x Ofertas

Boa AC,

Estou enfrentando o mesmo problema com um questionamento da *empresa*.

Todos os produtos com 4 unidades são leve 4 pague 3, contudo, a distribuição de ofertas é diferente da normal.

Encaminhei o **CR 0210/2012** faz 2 meses e a resposta que tive é dúvida esclarecida.

O cliente já está bem “nervoso” com isso porque não consegue avaliar o seu esforço no PDV.

Temos como reavaliar ou digo que essa variável não pode ser utilizada?

Obrigado

At.

D. C. S.

Dados da empresa

68. **De:** S., C. B.

Enviada em: terça-feira, 20 de março de 2012 10:44

Para: S., A. C. F.

Cc: S., L.

Assunto: Ponderada x Ofertas

AC,

Sobre o CR 229, peço que dê uma olhada em ND na diferença da Ponderada do produto ofertado Leve 4 pague 3 para a Ponderada de Ofertas.

Veja que a diferença é enorme, nesse caso o que informamos ao cliente?

Obrigada!

C.

Dados da empresa

ESPANHOL

N., E. C. M.

1. **De:** D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Estimado E.,

Buenos días!

Podrías informarme quién es el responsable comercial de la oferta de T. en *empresa* Brasil. Necesito contactarme con el para aclarar unos temas comerciales entre los cuales se encuentran algunas preguntas sobre aranceles aduaneros.

De antemano muchas gracias.

Saludos cordiales

D. M. K.

Dados da empresa

2. **De:** S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Hola E., no hay problema yo incluyo dentro del día de hoy el comentario en el Tool, tal como acordado ayer en la reunión , apenas esté listo, te eaviso.

Best Regards

S. D. M. K.

3. **De:** S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Estimado E.,

en archivo adjunto, te envío la presentación preliminar para el PM010 de TT. Por favor, revisa y completa la información según consideres conveniente, especialmente lo marcado en rojo.

Además aprovecho de informarte que la reunión del PM010 tuvo que ser aplazada, ya que nuestros jefes se encuentran en viaje de negocios y no les es posible participar. En vez del viernes 28.03.08, la reunión del PM010 se realizará el viernes 4 de abril, mañana enviaré la invitación correspondiente vía Outlook.

Estaré a la espera de tus comentarios respecto a la presentación.

Saludos cordiales,

D. M. K.

Dados da empresa

4. **De:** S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Estimado E.,

en archivo adjunto, te envío la última versión de la presentación para la reunión del PM010 una vez realizados los cambios acordados.

En caso de preguntas o cometarios, no dudes en contactarme.

Saludos cordiales

D. M. K.

Dados da empresa

5. **De:** S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Estimado E.,

Estarías de acuerdo en la realizar nuestra conferencia telefónica a las 10:00 de la mañana, en vez de a las 9:00 como habíamos acordado ayer. Tengo justo una reunión que se podría demorar un poco más de lo planificado y no me gustaría dejarte esperando.

Si estás de acuerdo, te llamo alrededor de las 10:00 en Brasil y procedemos con nuestra reunión en Netmeeting para completar el L. C. T.

Gracias por tu comprensión

Saludos cordiales

D. M. K.

Dados da empresa

6. **De:** S. D. M. K.

Enviado em: não informado

Para: N., E. C. M.

Assunto: não informado

Hola E.,

estoy intentando ubicarte por motivo de la reunión telefónica que teníamos planeada para hoy a las 10:00, pero no me es posible comunicarme contigo. Podrías avisarme a qué hora te puedo llamar o simplemente comunicarte conmigo.

Muchas gracias

Saludos

D. M. K.

Dados da empresa

V.

7. **De:** S. A. V. [mailto: a.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 8 de março de 2012 13:36

Para: V.

Assunto: RV: Incidencia en los informes

V.,

Por favor, no te olvides de cumplimentar los detalles extracontables del B. con U.
(Line

Gracias.

S.

8. **De:** S. A. V. [mailto: a.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 17:26

Para: V.

Assunto: RE: Incidencia en los informes

Hola V.,

Necesitaría el informe de febrero. El que me envías de enero está descuadrado el activo y el pasivo!

Gracias. Un saludo,

S.

De: V. [mailto: v.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 15:52

Para: a.....@empresa.com

Assunto: Incidencia en los informes

S.,

Sigue el informe 01/12 con otro formato.

Un saludo,

V. S.

Dados da empresa

9. **De:** E. P. [mailto: e.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 08:44

Para: V.

Cc: L. C. R.

Assunto: RV: Incidencia en los informes

Gracias V. por informarnos de que has podido hacerlo, pero a nosotras no tienes que enviarnos el informe. Debes enviárselo a la personal de O. que sea la receptora de dicha información.

Un saludo.

E. P. G.

Dados da empresa

De: V. [mailto: v.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quinta-feira, 08 de março de 2012 12:29

Para: L. C.

Cc: E. P. G.

Assunto: RES: Incidencia en los informes

L. y E.,

Sigue nuevamente el informe, este ES el correcto en xlsx

Un saludo,

V. S.

Dados da empresa

De: V. [mailto: v.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quarta-feira, 07 de março de 2012 15:40

Para: L. C.

Cc: E. P. G.

Assunto: RES: Incidencia en los informes

Hola L.,

Sigue el Cambio.

Un Saludo,

V. S.

Dados da empresa

10. **De:** L. C. [mailto: l.....@empresa.com]

Enviado em: quarta-feira, 07 de março de 2012 15:21

Para: B., V. S.; C. P.; M. L.; R. R.; A. L.; L. N. C.; A.; L. O.

Cc: E. P.

Assunto: Incidencia en los informes

Buenas tardes,

Al generar hoy el informe mensualizado de 02/2012, en algunas sociedades está apareciendo un descuadre. En algunos casos es en el balance y en otros en la pyg.

El problema es la versión de Excel que está generando el S.

Ya se ha encontrado la solución, pero están probando que sale todo bien. Así que para poder reportar hoy el informe, la solución pasa por modificar manualmente la extensión del fichero Excel.

El informe mensualizado que actualmente genera S., finaliza en XLS y la solución es convertirlo en un fichero XLSX.

Esto se puede hacer de dos formas:

- "Guardar como" y en Tipo, cambiar el Tipo de Libro y seleccionar el Tipo Xlsx.

TABELA

Si tenéis cualquier duda, no dudéis en preguntarnos.

Gracias y disculpad,

L. C. R.

Dados da empresa.

De: B. C. [mailto: b.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 08:53

Para: V. S.; A. I.

Cc: M. G. M.; E. P. G.; I. P. A.

Assunto: RES: Aplicación Tesorería

Estimados,

He hablado con V. ayer y informe que:

El sistema se abre cuanto les envió un email, por lo tanto, el sistema se abre siempre:

- De 24 hasta 26 del mes para que se de alta en los flujos de caja;
- Del 5º al 7º día del mes para que se introduzca la Posición de tesorería, lo saldos de los prestamos (riesgo) del mes anterior cerrado.

Saludos

M. B. A.

Dados da empresa

De: V. [mailto:v.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 08:31

Para: A. I.

Cc: B. C.

Assunto: ENC: Aplicación Tesoreria

FYI

Dados da empresa

11. **De:** I. P. A. [mailto:i.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 07:15

Para: V. S.

Assunto: RV: Aplicación Tesoreria

Buenos días V.

Ayer abrimos el periodo 08/11 para las sociedades brasileñas. Disculpa que no te informáramos.

Todavía no tenemos concretado una fecha específica para todos los meses. En cuanto tengamos un criterio claro te lo diremos.

Mientras tanto os iremos informando puntualmente via e-mail.

Gracias. Saludos.

I. P. A.

Dados da empresa

12. **De:** E. P. G. [mailto: e.....@empresa.com]

Enviado em: quinta-feira, 25 de agosto de 2011 09:26

Para: I. P. A.

Cc: M. G. M.

Assunto: RV: Aplicación Tesorería

I.:

te reenvío el correo de A. que no te ha puesto en copia.

Un saludo,

E. P. G.

Dados da empresa

De: V. S. [mailto: V.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quarta-feira, 24 de agosto de 2011 20:02

Para: M. G.; E. P.; L. C.

Cc: M. S. M.; B.; C.; A. I.

Assunto: Aplicación Tesorería

Estimados buenas tardes,

Gustaría de pedir para que sea informado todos los meses sobre el día en que puedo hacer la carga de los sueldos en el sistema de España . Por coincidencia, estuve mirando el sistema ahora y he visto que el mes 08/2011 está abierto.

Gracias por la atención

Nota:

El mes 08/2011 de A. ya está listo en la aplicación.

Un
V. S.

Saludo,

Dados da empresa

M., M. G.

13. **De:** M. G. M. [mailto: m.....@empresa.com]

Enviado em: quarta-feira, 30 de novembro de 2011 16:01

Para: V. S.

Assunto: RE: Fondos / Presupuesto A.

Hola V.!

Me han informado mis compañeros, que el dinero aún no ha entrado a nuestra cuenta del Banco S., si bien sí han recibido la declaración del Banco con el ingreso, por lo que suponemos que mañana ya estará ingresado... ..

Saludos.

De: V. S. [mailto: V.....@empresabrasil.com]

Enviado em: quarta-feira, 30 de novembro de 2011 17:28

Para: M. G. M.

Assunto: RE: Fondos / Presupuesto A.

Estimada M.,

He confirmado con el banco F. y ellos me han dicho que está todo bien con los fondos, puedes pedir para confirmar nuevamente?

Un
V. S.

saludo,

Dados da empresa

14. **De:** M. G. M. [mailto: M.....@empresa.com]

Enviado em: terça-feira, 29 de novembro de 2011 06:24

Para: V. S.

Assunto: RE: Fondos / Presupuesto A.

Buenos días V.

En relación al cobro de los fondos, indicarte que con fecha 28/11/11 hemos recibido abonado 19.824,88 euros correspondiente a los intereses, pero el cobro del principal todavía está pendiente.

Tan pronto como tengamos constancia del mismo, te informo en un correo.

Saludos.

De: V. S. [mailto:V.....@empresabrasil.com]

Enviado em: segunda-feira, 28 de novembro de 2011 18:40

Para: M. G. M.

Assunto: Fondos / Presupuesto A.

Estimada M. buenas tardes,

¿Me gustaría saber si los fondos han llegado en la cuenta de *empresa*, si está todo bien?

¿Otra cosa, también me gustaría saber cuando la aplicación estará abierta para cargar el presupuesto de tesorería de 2012?

Un Saludo,

V. S.

Dados da empresa

P., N.

15. **De:** L. B.

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

Hola N.,

¿Que tal estas? Que tal A.? Ya estoy instalado en SP, finalmente en Vila Olimpia.

La idea del mail es saludarte y retomar el contacto.

A ver si nos vemos.

Mi movil (estoy en tramite de CPF) de momento es español +xx xxx xx xx xx

Un
L. B. abrazo,

16. **De:** não informado

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

Hola, buenos días

Os adjuntamos la convocatoria de las subvenciones para este año

El plazo para presentar las solicitudes se termina el próximo **2 de marzo**. Debéis presentarlas en la Oficina Comercial para que el Consejero informe.

Recordar que debéis remitir un escrito dirigido al Director General diciendo cuanto queréis.

Como ya os hemos comunicado en un correo anterior, no podremos pagaros mientras no estén presentadas las cuentas de 2009 Auditadas por una empresa ajena a la Institución.

Saludos

17. **De:** P.

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

Hola:

La conferencia de ayer fue un éxito. La sala de conferencias de la XX se llenó por completo.

Una asistente de L. N. hizo fotos y en breve me las enviará. Ya te las haré llegar por e-mail.

La cena estuvo muy bien, aunque al final sólo fuimos 15 personas, en lugar de las 20 que habían confirmado presencia. De los ex alumnos, teníamos 6 confirmaciones y al final vinieron 4.

Consideraré oportuno invitar a la cena a los dos conferenciantes. Por tanto, el A. costeó la cuenta de 6 personas.

Debido a q, tuve que hacerme cargo del cierre de la factura. Incluyendo las bebidas, la cena salió por R\$ 1,00 por persona (4 euros al cambio actual). Pagué con mi tarjeta de crédito la cuenta de los 4 ex alumnos y de los 2 profesores, lo que supuso un total de R\$ 6,00 (2euros). Te adjunto en este e-mail el cupón fiscal de este pago. Si me lo queréis reembolsar mediante transferencia bancaria, avisadme, que os pasaré los datos de mi cuenta en L. C. y así nos evitaremos los trastornos de los giros internacionales.

Saludos,

P.

18. **De:** não informado

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

Hola N. y P.,

Todo listo para evento de esta noche. Adjunto el listado de inscritos especificando quien en socio para el tema del pago en el restaurante. Si alguien decide darse de alta, ok con no pagar la cena pero hemos de saber quién es para poder hacerle seguimiento.

Por favor no se olviden de hacer unas cuantas fotos para la web.

Espero que pasen un muy buen rato.

Saludos y muchas gracias por todo.

19. **De:** P.

Enviado em: não informado

Para: N.

Assunto: não informado

M:

No te extrañe que no te hayan contestado. En estos días todo el mundo está de carnaval y nadie está en la oficina. De hecho, yo sólo me reincorporo el lunes que viene.

Si hasta entonces los responsables de la editorial no te han dado una respuesta, ponte en contacto de nuevo conmigo y veré qué puedo hacer.

Saludos,
P.

20. **De:** não informado

Enviado em: não informado

Para: P.

Assunto: não informado

Hola P.,

Quería comentarte algo relativo a la actividad de la próxima semana. He estado intentando localizar a la editorial I. en Sao Paulo ya que durante la sesión se venderán los libros del Prof. G. pero hasta ahora no me han dado respuesta y como verás ya tenemos el evento encima. Podrías tratar de contactarlos por favor? Los datos del libro siguen a continuación:

DATOS DEL LIBRO

Lo que necesitamos es que alguien esté allí para vender los libros, tienen una mesa y un espacio reservado en la cámara.

Espero a tus comentarios.

Saludos y gracias,

21. **De:** J. M. G.

Enviado em: não informado

Para: não informado

Assunto: não informado

Te escribo en la línea de abajo el enlace a la L. L. conteniendo una editorial y cuatro apartados del BLOG g.....com

¡Espero que te guste!

Un fuerte abrazo.

J. M. G. (conferenciante, escritor y profesor de E.)

22. **De:** não informado

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

¿Qué tal estás, cómo te va todo?

Bueno, sólo para desearte todo de lo bueno y de lo mejor para este 2009 que se inicia, por fin, después del día de Reyes (para algunos afortunados, un poco más tarde...).

Aprovecho para comentarte que al final no parece que vaya a salir esto de H., pero en cualquier caso ¡muchísimas gracias por tu indicación! Nos estamos estructurando a ver si podemos volver a Brasil, aunque sea “na marra” en el 2010. Algo se nos ocurrirá para ganarnos las habichuelas...

Forte abraço,

23. **De:** J. M. C.

Enviado em: não informado

Para: P., N.

Assunto: não informado

Se adjunta el resumen del primer Consejo de Ministros del año.

Como ya se informó, estará disponible en la Intranet C., en la dirección www.xxxxxx.net/intranet , donde podréis ir encontrando documentos, fotos de actividades, videos de presentaciones, etc..., y para la que os pido el envío de información que queráis compartir con el resto de las C., que debeis enviar al administrador de la web C.

J. M. C.

24. **De:** G.

Enviado em: não informado

Para: não informado

Assunto: não informado

Queremos recordaros que de acuerdo con nuestra Circular 1/2005 C., “Las Cámaras deberán presentar dentro de los primeros 15 días laborables de cada semestre (ANTES DEL 20 DE ENERO DE 2009) el plan de actividades promocionales previstas para el mismo. Este plan de actividades deberá contar con la aprobación del Jefe de la Oficina Económica y Comercial correspondiente. La presentación de este plan de actividades es condición previa a cualquier solicitud de subvención”

Saludos,
G.

Adjunto se remite informe de coyuntura correspondiente al mes de diciembre de 2008.

Un cordial saludo,

25. **De:** J.

Enviado em: não informado

Para: F., N.

Assunto: não informado

Hola N. y F.,

Un amigo y compañero de una empresa española está teniendo problemas a la hora de constituir una empresa en Brasil. Ruego le ayudéis de la mejor manera.

Se pondrán en contacto con vosotros.

Muchas Gracias

J.

I., A.

De: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: sexta-feira, 13 de agosto de 2004 16:17

Para: M. B. V. <b.....@empresa.es>

Assunto: Re: Comunicación Traslado

M., Aquí también tienes mi casa y estoy a tu disposición para cualquier cosa que necesites de Brasil.

Un fuerte abrazo. A.

26. **De:** M. B. V. <b.....@empresa.es>

Enviado em: sexta-feira, 13 de agosto de 2004 04:07

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: Re: Comunicación Traslado

Gracias A. Si te apetece visitar España alguna vez, tienes casa en Valladolid (es la cuna del castellano).

Yo seguiré teniendo mi misma cuenta de correo electrónico.

un abrazo.

De: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: sexta-feira, 12 de agosto de 2004 04:20

Para: M. B. V. <b.....@empresa.es>

Assunto: Re: Comunicación Traslado

Estimado M.,

Enhorabuena! Te deseo que todo vaia bien y te agradezco la ayuda que hemos recibido de tu parte. Que podamos revernos un día ahí o aquí en Brasil.

Un abrazo,

A.

27. **De:** M. B. V. <b.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 12 de agosto de 2004 10:15

Para: L. G. M.; M. T.; M. V.; R. R.; V. B.; A. I.; N. H.; J. S.; A. A.; A. M.; M. F.; M. T.

Cc: P. C. F.; A. A.; I. M.; K. U.; L. S. A.; J. S.

Assunto: Comunicación Traslado

Por la presente os comunico que a partir del próximo día 16 de agosto me incorporaré a la Delegación de *empresa* en Castilla y León, pasando a cubrir mi puesto K. U.

Así pues os ruego la máxima colaboración con ella y también que toda la información que hasta la fecha me enviábais, ya sea por e-mail directo o bien por e-mail "con copia", a partir del esa fecha se lo hagais llegar a su cuenta de correo electrónico: u.....@empresa.es. (teléfono: xx. xxx.xx.xx)

Agradezco de antemano la colaboración prestada por todos.

Un saludo.

M. B. V.

28. **De:** J. L. A. <j.....@empresa.es>

Enviado em: segunda-feira, 9 de setembro de 2002 08:03

Para: A. I. a.....@empresabrasil.com

Assunto: Facilitar Gestiones

Estimado A., acabo de recibir su envío, muchas gracias por devolverme a mi juventud cuando podía disfrutar de esas delicias allá en tu tierra. Mis hijos y mi mujer también lo disfrutarán.

He hecho participar a los compañeros de la oficina para que vean que desde el exterior no solo dan trabajo sino que comparten estas delicias.

Un abrazo y gracias ppor tus detalles.

29. **De:** J. A. P. <j.....@empresa.es>

Enviado em: sexta-feira, 11 de agosto de 2006 07:28

Para: A. I.; V. E.; R. S.; F. L. M.; S. M.; A. S.; R. R.; J. M. P.; A. S.; A. M.; F. M.; N. H.; A. G.; M. F. B.; A. A.; A. G.; M. E. R.; M. P.

Cc: C. F.; E. G.; I. C.;

Assunto: VACACIONES

Estimados amigos, comentaros que desde el próximo lunes, 14 de agosto, estaré de vacaciones, hasta el Lunes 4 de Septiembre. No obstante, y como siempre, estoy a vuestra disposición en el móvil xxxxxxxxxxxx. Así mismo comentaros que en G., y hasta el 21 de Septiembre, estará E. G. e.....@empresa.es, y desde esa

fecha I. C., c.....@empresa.es . Muchas gracias por vuestra inestimable colaboración durante este año. un fuerte abrazo. J.

30. **De:** E. M. <e.....@empresa.es>

Enviado em: segunda-feira, 23 de dezembro de 2002 13:26

Para: J. B.; A. I.; "empresaBrasil" <empresa@empresabrasil.com.br>

Cc: C. F.; E. G.; I. C.;

Anexar: Navidad2002.pps

Assunto: Re: Feliz Navidad

Todo el personal de empresa os deseamos unas felices fiestas y un maravilloso 2003.

Especialmente yo (E.), que estaré eternamente agradecido por el estupendo trato que me dísteis en la semana que visité Brasil. (muito obrigado)

Os deseo a todos (A., V., F., A., Z. y a los demás) de corazón que tengáis un:

¡¡¡FELIZ 2003!!!

E. M.

Les deseamos Feliz Navidad y excelente 2003!

IMAGEM

A. / A. I. / J. B. / Viiviani

31. **De:** A. S. <a.....@empresa.es>

Enviado em: sexta-feira, 27 de dezembro de 2002 11:01

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.es>

Assunto: Conciliaciones cuenta corriente con Empresa España oct 02

Estimado A.:

Ante todo, felices fiestas y feliz entrada en el año 2003.

Por otra parte, necesitaría que me remitieses la descomposición de la cuenta corriente que tienen Empresa Brasil Ltda. y Empresa Brasil Participações con Empresa Madrid.

Exclusivamente necesitaría los movimientos a fecha del cierre del mes de octubre del presente año.

Un cordial saludo,

A. S. A.

Dados da empresa

De: A. <a.....@empresa.es>

Enviado em: quarta-feira, 27 de dezembro de 2006 08:32

Para: <j.....@empresabrazil.com.br>; M. M.
<m.....@empresabrazil.com.br>; I. <i.....@empresabrazil.com.br>; F. T.
<f.....@empresabrazil.com.br>; A. <a.....@empresabrazil.com.br>; R.
<r.....@empresabrazil.com.br>; A. S. L. <a.....@empresabrazil.com.br>;
F. L. f.....@empresabrazil.com.br>; V. <v.....@empresabrazil.com.br>;
S <s.....@empresabrazil.com.br>; N. <n.....@empresabrazil.com.br>; B.
<b.....@empresabrazil.com.br>; <i.....@empresabrazil.com.br>;
<c.....@empresabrazil.com.br>; E. B. <e.....@empresabrazil.com.br>;
V. <v.....@empresabrazil.com.br>; V. <v.....@empresabrazil.com.br>;
<p.....@empresabrazil.com.br>; C. P. B.
<c.....@empresabrazil.com.br>;

Assunto: ENC: Reenv: Feliz Navidad

Bom dia,

Conforme solicitação do Sr. J. N. encaminho o e-mail abaixo.

Abraços

A. L.

Dados da empresa

32. **De:** J. <j.....@empresa.net>

Enviado em: terça-feira, 26 de dezembro de 2006 17:41

Para: A. <a.....@empresabrazil.es>

Assunto: Reenv: Feliz Navidad

-----Mensaje original-----

De: J.....@empresa.net

Recibido: 26/12/2006 20:35

Para:

Asunto: Feliz Navidad

Querida A.: Te ruego transmitas a todas las personas de *Empresa Brasil*, empezando por su Presidente J. C., de mi parte, mi más cordial felicitación en estos días navideños y que el año 2007 sea el mejor de todos. Yo mantendré el recuerdo de ese excelente equipo, profesional y humanamente hablando, durante mucho tiempo sin duda. Es una de las pocas cosas que realmente echo de menos: Mis viajes a Sao Paulo para ver a mis buenos amigos de *Empresa Brasil*.

He preferido mandar un único email para todos, por lo que te agradezco lo traslades a todos en mi nombre. Un fuerte abrazo para todos. J. N.

33. **De:** P. C. [c.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 10 de janeiro de 2008 09:07

Para: A. I.

Assunto: Información a 31/12/07 Sucursal Brasil

Anexos: CIERRE Ejercicio 2007 *Empresa, Empresa 2, sucursales empresa y empresa 3.pdf*;

CALENDARIO CIERRE EJER 2007 *Empresa Empresa 2, sucurs y Empresa 3.doc*

Prioridade: Alta

Como os indicamos en el correo adjunto la fecha límite para enviarnos los Estados Financieros definitivos a 31/12/07 de las Sucursales fue el pasado día 7/1/08

Necesitamos nos lo enviéis urgentemente ya que nos encontramos fuera de plazo.

Muchas gracias

Un saludo,

P. C.

De: A. <a.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: terça-feira, 04 de dezembro de 2001 15:58

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>; P. T. <p.....@empresabrasil.com.br>; J. B. N. <b.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: ENC: Días festivos

A. L. F. R.

Dados da empresa

-----mensagem original-----

34. **De:** A. C. [mailto: a.....@empresa.es]

Enviado em: terça-feira, 4 de dezembro de 2001 14:41

Para: U.; O.; N. B.; G. L. C.; F. M.; A. C.; A.

Assunto: Días festivos

Os informo a tod@s que en en España tenemos días festivos el 6 de Diciembre, Jueves y hacemos puente por lo que el viernes día 7 tampoco venimos a trabajar. Os ruego que informéis a cualquier persona que pudiera tener interes en esto.

Un saludo muy fuerte.

A.

35. **De:** L. A.

Enviado em: não informado

Para: F.

Assunto: não informado

Estimado Señor F:

Le escribo para ofrecer la posibilidad de patrocinar un evento que está realizando la Cámara Oficial de Comercio en Brasil en conjunto con la Municipalidad de Rio de Janeiro.

El evento lo hemos llamado Seminario Conexión Rio Barcelona y tendrá como tema las Olimpíadas de 2016.

Después de una visita a las ciudades europeas, sedes de olimpíadas, el alcalde de Rio de Janeiro decidió tomar a Barcelona como un modelo a ser seguido. Llegó a esa decisión por considerar que Rio y Barcelona poseen muchas características en común y que como Barcelona, pretende que Rio tenga un “boom” de desarrollo con obras e inversiones como las que se hicieron allí con ocasión de los juegos olímpicos,

El evento le dará la posibilidad a su empresa de divulgar su marca y de ofrecer una ponencia según se especifica en el proyecto que le enviamos adjunto.

Esperamos contar con su colaboración y quedamos a la espera de una respuesta a este mail. También nos ponemos a su disposición para aclarar cualquier duda al respecto.

Atentamente,

L.

36. **De:** S.

Enviado em: não informado

Para: S. G.:

Assunto: não informado

Estimado Sr. S. G.:

La tarifa con valor de 1.500 euros es um tarifa fija, independiente de la cantidad de empresas, la tasa de 950 euros es la tasa cobrada por el número de empresas que solicitan agendas. Me gustaría recordarle que solamente organizamos las agendas y no nos responsabilizamos por hacer reservas de alojamiento y pasajes. Podemos indicar algunas empresas de taxi e incluso de traducción para que ustedes los puedan contactar y decidir o no pela contratación de servicios.

Cualquier otra duda estoy a su disposición.

Atentamente,

S.

37. **De:** não informado

Enviado em: não informado

Para: E.

Assunto: não informado

Estimado E.,

Tenemos disponibilidad para recibirlos en la segunda quincena de octubre. Si quiere podemos marcar una reunión cuando usted esté en Brasil en marzo. Por eso dígame cuál es el mejor día y hora para usted. Me gustaría recordarle que solamente organizamos reuniones y no nos responsabilizamos por reversas de alojamiento y pasaje. Podemos indicar algunas empresas de taxi e incluso de traducción para que ustedes puedan contactar y decidir o no por la contratación de los servicios. Lo que hacemos es incluir en la agenda una conferencia con una institución o con empresas asociadas de la Cámara para hablar sobre inversiones o sobre el mercado Brasileiro.

38. **De:** L. A.

Enviado em: não informado

Para: E.

Assunto: não informado

Querida E.:

Te informo que ya le envié vuestra carta al presidente de la Cámara. Aprovecho para enviarte a ti, la invitación con la ponencia del Sr. J. A. B. que la Cámara está mandando a sus socios.

Atenciosamente,

L. A.

Dados da empresa

39. **De:** E. C.

Enviado em: não informado

Para: L. A.

Assunto: não informado

Apreciada Sra. L.,

Le tramito carta en nombre de D. J. A. B., Director del Departamento de la Escuela de Organización Industrial, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España para entrevista con el Sr. Presidente de la Cámara.

A la espera de sus noticias, reciba una afectuoso saludo

E. C.

Dados da empresa

40. **De:** L. A.

Enviado em: não informado

Para: V.

Assunto: não informado

Estimado V.,

Le informo que conseguimos aproximadamente 12 contactos de empresas de materiales de construcción en la región de Fortaleza. Los contactos están

actualizados y de ellos tenemos dirección, teléfono y e-mail. ¿Pudo conversar con las empresas? ¿Las empresas tienen interés en realizar la búsqueda comercial?

Quedo a la espera de su respuesta.

Atentamente

Atenciosamente,

L. A.

Dados da empresa

41. **De:** L. A.

Enviado em: não informado

Para: J. A.

Assunto: não informado

Estimado Sr. J. A.:

Como todos los años necesitamos informaciones bancarias para hacer la declaración de impuesto.

Por eso, en anexo, le envío una carta firmada por la directora ejecutiva de la Cámara, con el pedido de una serie de documentos.

Le ruego que nos mande esos documentos lo antes posible a este correo electrónico.

Desde ya, muchas gracias.

Atenciosamente,

L. A.

Dados da empresa

42. **De:** P. B. A. <p.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 20 de dezembro de 2001 09:31

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: FELIZ NAVIDAD DESDE ESPAÑA

Imagem de natal

A.,

Desde aquí tambien nosotros te deseamos lo mejor para el año que viene, y que pases unas Navidades fenomenales con tu familia y amigos

Un abrazo,

TUS COMPAÑEROS DE EMPRESA

De: Empresa brasil <empresa@empresabrasil.com.br>

Enviado em: terça-feira, 16 de janeiro de 2007 09:49

Para: J. C. <j.....@empresabrasil.com.br>; M. M.
<m.....@empresabrasil.com.br>; A. <a.....@ empresabrasil.com.br>; V.
<v.....@ empresabrasil.com.br>

Anexar: Informativo Directivo y personal.doc

Assunto: Falecimento

-----mensaje original-----

43. **De:** B. R. [mailto: b.....@empresa.es>

Enviado em: terça-feira, 16 de janeiro de 2007 11:42

Para: <r.....@empresa.com.mx>; <j.....@empresa.com.mx>;
<a.....@empresa.com.mx>; <empresa@empresabrasil.com.br>;
<a.....@empresa.com.mx>; <empresa@empresabrasil.com.br>;
<a.....@empresa.cl>; <r.....@empresa.ec>; V. E.
<m.....@empresa.com.tr>

Anexar: Informativo Directivo y personal.doc

Assunto:

Os ruego que, por favor, enviéis esta nota a quienes consideréis oportuno.

Un saludo.

B.

A.

44. **De:** E. G. R. <e.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 20 de dezembro de 2001 06:35

Para: A. <a.....@empresabrazil.com.br>

Assunto: RE: Feliz Navidad

Estimado A..

Recibir todos un fuerte abrazo (especial para ti) y nuestros mejores deseos de Felicidad y Prosperidad.

Un abrazo

E. G. R.

----- Original Message -----

De: A.

Enviado em: Quarta-feira, 19 de dezembro de 2001 09:07

Assunto: Feliz Navidad

Estimado E.,

Te deseo a ti y tu equipo Feliz Navidad y Próspero Año Nuevo

Un abrazo,

A. I.

A.

45. **De:** M. P. <m.....@empresa.es>

Enviado em: Quarta-feira, 26 de dezembro de 2001 09:40

Para: A. <a.....@empresabrazil.com.br>

Assunto: RE: FELIZ NAVIDAD

Querido A.,

Recibe tú también, mis felicitaciones para estas Navidades. Hazlas extensibles a tú familia y para todos los buenos amigos que tengo en Brasil

Un fuerte abrazo

P.

----- Original Message -----

46. **De:** A.

Enviado em: Sexta-feira, 21 de dezembro de 2001 12:29

Para: P. M. <P.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: RE: FELIZ NAVIDAD

Amigo P.,

Creía que pudiera hablar contigo hoy por teléfono, pero cuando llamé las oficinas de O. ya estaban cerradas. Quería desearte EXCELENTES Navidades y un 2002 de mucha salud y sueños realizados.

Un
A. abrazo,

A.

47. **De:** I. E. [i.....@empresa.es]

Enviado em: Segunda-feira, 14 de Janeiro de 2008 08:24

Para: A. S.; A. J.; A. L.; A. S.; A. N.; A. A.; A. B.; A. C.; A. I.; A. M.; A. V.; C. C.; D. M.; E. L.; E. R.; E. R.; E. M.; F. R.; F. A.; G. A.; I. M.; I. A.; I. L.; J. C.; J. M. T.; J. R.; J. B.; J. A. M.; J. M. R.; J. A. R.; J. P. P.; L. E. J.; L. O.; M. E.; M. D. G.; M. H.; M. A. M.; M. T.; M. S.; N. P.; P. B.; P. R. O.; R. F.; R. R. C.; S. M.

Cc: a.....@empresa.es; o.....@empresa.es; S. M.

Assunto: Dossier de Consolidación filiales

Anexos: Dossier Consolidación año 2007.xls

Hola,

Adjunto remito dossier de consolidación que sustituye al enviado el 03/01/08.

Cualquier aclaración no duden en ponerse en contacto con nosotros.

Un saludo,

I. E.

Dados da empresa

B.

48. **De:** M. <m.....@empresa.es>

Enviado em: Quinta-feira, 14 de dezembro de 2000 14:50

Para: A. <t.....@empresa. cu>

Cc: A. ,h.....@empresa.cu>; A. de la C. <a.....@empresa.es>; A. B. T. <a.....@empresa.cu>; <a.....@hotmail.com>; B. <b.....@empresabrasil.com.br>; C. y. D. <c.....@empresa.cu>; J. I. <j.....@hotmail.com>; J. C. y D. <m.....@empresa.cu>; K. – H. R. <d.....@empresa.net>; L., R. y M <i.....@empresa.cu>; M. A. <a.....@empresa.com>; M. A. <d.....@empresa.cu>; M. y T. <equipo@empresa.cu>; M. I. <o.....@empresa.cu>; R. R. <r.....@empresa.com>; S. C. <s.....@hotmail.com>; U. <p.....@empresa.com>; <m.....@empresa.com>; H. <h.....@empresa.com>; <j.....@empresa.com>

Assunto: FELIZ NAVIDAD

Aunque un poco adelantado al comienzo de la Navidad, pero debido a que salgo mañana de vacaciones, hasta el día 2 de Enero,

OS DESEO A TODOS QUE PASEIS UNA FELIZ NAVIDAD Y TODO LO MEJOR PARA EL SIGLO QUE VAMOS A COMENZAR.

Un abrazo y hasta pronto,

R.

Empresa Brasil

49. **De:** M. T. [m.....@empresa.com]

Enviado em: terça-feira, 17 de junho de 2003 09:24

Para: A. Brasil

Assunto: Viaje F. E.

Se ha alquilado un coche monovolumen para siete pasajeros con conductor, para que recoja a la familia E. a su llegada a Madrid (Vuelo de Varig 8714, salida de São Paulo el día 17 a las 23:00 h. y llegada a **Madrid el día 18 a las 13:55 h.**).

Dicho conductor estará en la **Terminal 1** con un cartel que pondrá: **AUTOS DELICIAS** ó **F. E.** y que les trasladará a la dirección que le indiquen.

Si tienes algo más que preguntas, estoy a tu disposición. Esta tarde estaré en la oficina.

Besitos.

M.

A.

50. **De:** J. F. P. <j.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 21 de dezembro de 2006 10:06

Para: <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: Feliz Navidad

Amigo A.:

Recibe mis mejores deseos de paz y bienestar para estas fiestas navideñas para ti, Y., tus hijos y nietos, y que 2007 se haga realidad, al menos, una de vuestras ilusiones.

Un abrazo

J. F. P. de L.

Dados da empresa

A.

51. **De:** F. B. <f.....@empresa.es>

Enviado em: quinta-feira, 20 de dezembro de 2001 05:45

Para: <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: (sem assunto)

Estimado A.:

Muy agradecido, y recibe el mismo deseo para ti y todos los tuyos.

Un abrazo

F. B.

A.

52. **De:** M. A. A. <a.....@empresa.es>

Enviado em: Quinta-feira, 20 de dezembro de 2001 20:50

Para: A. <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: Re: FELIZ NAVIDAD

Mis mejores deseos de felicidad, paz y buenos negocios en en 2002. Y si puede ser juntos en Brasil....mejor que mejor.

Un fuerte abrazo

----- Original Message-----

De: A.

Enviado em: Quarta-feira, 19 de dezembro de 2001 09:02

Para: M. A. A.

Assunto: FELIZ NAVIDAD

Estimado amigo:

Te deseo a ti y a tu equipo Feliz Navidad y Próspero Año Nuevo.

Un abrazo, extensivo a S. y I.

A. I.

A. I.

53. **De:** P. Z. [p.....@empresa.es]

Enviado em: Quarta-feira, 14 de setembro de 2005 07:20

Para: A.

Assunto: PREMIO PROYECTO ESCOLA

Anexos: Premio Proyecto Escola.doc

A., desde *empresa* me dicen que el Proyecto Escola de I. ha recibido uno de los premios 2005 de IBBTA, pero no tienen más información al respecto que la que puedes ver en el archivo que te adjunto en este correo y que puedes ver en

Nos gustaría saber si vosotros tenéis información sobre cómo se ha producido este Premio (Si I. presentó el proyecto para el Premio) y su relevancia. Nunca he tenido

contacto con ella, pero sería interesante que M. J. F., coordinadora del Proyecto Escola, nos facilitara su opinión personal de este Proyecto y las acciones y datos más interesantes del mismo para dar una información en el número de Mosaico de este mes de septiembre.

Saludos, P. Z.

P. Z.

Dados da empresa

A.

54. **De:** I. M. [i.....@hotmail.com]

Enviado em: Terça-feira, 1 de julho de 2003 10:57

Para: <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: Lo retomamos?

Hola A.,

Trabajo, más trabajo, fetivos, más festivos y...estudiar para cuándo?

Ya va siendo hora de retomar nuestras clases. No crees? Además estoy ahora con más horarios libres para poder encajarme a los horários de B. (se escribe así?).

Con todo esto y un poco de *morrinha* (palabra en gallego equivalente a saudade y tímidamente usada por los hispanohablantes de la península) espero atentamente que me escribas me llames o me hagas señales de humo para vernos cuanto antes.

A ver si puedes mandarme el e-mail de B., para que empiece a convencerlo de tener clases de español con un catalán.

Para que te entretengas de momento, un texto sobre la adaptación de neologismos al español y como nos protegemos contra ellos.

Creo que esta protección y preocupación le falta al portugués y a los brasileños. Tú que opinas?

A.

55. **De:** E. M. <e.....@empresa.es>

Enviado em: Segunda-feira, 29 de outubro de 2001 11:00

Para: Sucursal Perú <o.....@empresa.pe>; S. M. ***Chile***
<s.....@empresa.cl>; S. ***P. A.*** <p.....@empresa.mx>; S. M.
<s.....@empresa.es>; R. R. <p.....@empresa.es>; R. R.

<u.....@empresa.es>; R. R. <r.....@empresa.es>; P. B. ** Informática
**<p.....@empresa.es>; P. M. <m.....@empresa.es>; O. G.
<u.....@empresa.es>; N. H. <n.....@empresa.cl>; N. T.
<n.....@empresa.es>; M. A. A. <a.....@empresa.es>; M. P.
<n.....@empresa.es>; M. <m.....@empresa.com>; M. M.
<m.....@empresa.es>; M. <j.....@empresa.es>; M. F.
<m.....@empresa.es>; M. F. ** Jurídica** <f.....@empresa.es>

Assunto: Nueva dirección y teléfono

Os informo que la Dirección de C. de *empresa* ha trasladado sus oficinas a la calle Gobelás 45-49.

Mis nuevos datos son los siguientes:

E. M. C.:

Teléfono:

Directo: 91-xxx.xx.xx (ext. xxxx)

Centralita: 91-xxx.xx.xx

Dirección de correo electrónico: e.....@empresa.es

Dirección:

C/ Gobelás 45-49

xx.xxx El Plantío (Madrid)

Disculpar las molestias. Como siempre a vuestra disposición.

Saludos

E. M.

A.

56. **De:** M. M. [m.....@empresa.es]

Enviado em: Quarta-feira, 5 de setembro de 2001 14:54

Para: F. E.

Cc: A. (Brasil)

Assunto: HOTEL PAOLO ROBERTO

Buenas tardes “brasileño”:

Acabo de realizar la reserva a nombre de Roberto en el hotel Mindanao. Es más barato que cualquiera de los NH de los que hemos hablado. Ya he comentado que llegará pronto y no hay ningún problema. El precio es: El domingo 14.500 y el lunes y martes 18.800.

El telefono del hotel, por si necesitais algo es el 91.xxx.xx.xx y si quieres dale a R. mi número de móvil por si le surge cualquier problema.

Un abrazo.

Pd. A., mañana sale por mensajero las hojas y carpetas, si necesitas algo más llamame y lo añado al envío.

M. M. P.

Dados da empresa

A.

57. **De:** P. M. M. [m.....@empresa.es]

Enviado em: Segunda-feira, 25 de abril de 2005 14:45

Para: j.....@empresa.ar; A. I.

Assunto: Certificados

Estimados amigos.

Los certificados los haremos como siempre sin tener en cuenta los modelos. Así pues me remito a mi primer correo donde os daba cuenta de la metodología que debemos seguir.

Por favor, poneros en contacto conmigo cuando podáis, por correo electrónico o Tfl.

Un abrazo.

P. M.

A.

De: J. C. <j.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: Terça-feira, 20 de novembro de 2007 12:05

Para: F. L. – Empresa Brasil <f.....@empresabrasil.com.br>; M. M. _
Empresa Brasil <m.....@empresabrasil.com.br>; L. C. C. V. – Empresa
Brasil <l.....@empresabrasil.com.br>; A. I. I.
<a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: Cambio en la Dcon. de Explotación

58. **De:** M. B. [mailto: b.....@empresa.es>

Enviado em: Sexta-feira, 16 de novembro de 2007 08:31

Para: J. A. de O.; j.....@empresa.mx; J. O.; f.....@empresa.mx; J. C.; H. Q.; L. O.; J. C. F.; P. P.; E. P.; H. T.; R. de B. C.; C. M.; R. B. O. de O.; F. M. A.; E. B.; R. H.; C. G. F.; R. S.; L. B.; L. E. I.; G. A.; J.G.; j.....@empresa.com.ar

Assunto: Cambio en la Dcon. de Explotación

Estimados,

Pongo en vuestro conocimiento que A. M. L. deja la Dirección de Explotación para pasar a desempeñar las funciones de director de explotación de la autopista Eje Aeropuerto.

Para cubrir el puesto de responsable del control técnico y de inversiones de las concesionarias en explotación, se ha incorporado a nuestra empresa M. A. G., al que conoceréis en próximamente y para el que os pido todo vuestro apoyo, tal como habéis venido haciendo en estos años con A. M.

Un saludo,

M. B.

59. **De:** i.....@empresa.es

Enviado em: Sexta-feira, 28 de janeiro de 2011 11:27

Para: a.....@empresabrasil.com.br

Assunto: Reunión

Querido A:

En primer lugar enviarte un cordial saludo desde España, esperando que todas vuestras actividades estén siendo prósperas.

Es mi intención llegar a Sao Paulo el próximo domingo, día 30 de enero, y quedarme en el país hasta el día 10 de febrero. Me haría mucha ilusión poder almorzar contigo si nuestras agendas lo permitieran. Si no fuera así tendría mucho interés en poder visitarte en tus oficinas durante mi estancia en Brasil. Salvo los días 31 de enero y 1 de febrero que me encontraré en Goiania, estoy a tu disposición para poder mantener ese almuerzo o reunión.

Quedo a la espera de tus noticias.

Recibe un cordial saludo

I. L. G.

Dados da empresa

A. I.

60. **De:** X. M. [f.....@yahoo.es]

Enviado em: Sexta-feira, 29 de abril de 2005 09:37

Para: a.....@empresabrasil.com.br

Cc: X. M.

Assunto: Traducción seguros

Hola A.,

te escribo sólo para hacerte saber que estoy revisando la traducción y que me falta aclarar algunas dudas. te la mando antes del medio día.

Si necesitas cualquier cosa estoy en casa. xxxx xxxx

un abrazo,

I.

A. I.

61. **De:** E. M. [e.....@empresa.es]

Enviado em: Terça-feira, 18 de outubro de 2005 16:49

Para: G. A.; G. F.; J. C. F.; F. L. da M.; A. I.; J. B. ****Brasil****; e.; R. S.; S. M.; L. B.; M. E.; J. A. O.; A. M. C.; J. M. F. P.; A. V.

Cc: J. O.; F. E.; G. N.; P. Y.; M. A. M.; J. L. F.; F. M. A.; C. M.; C. G. F.; C. H.; P. M.; D. de L.; A. M.

Assunto: PRESUPUESTO 2006 (Nuevos tipos de cambio a utilizar)

Estimados todos,

Desde la Central del Grupo *empresa* nos han enviado unos nuevos tipos de cambio a utilizar en el Presupuesto 2.006, son los siguientes:

TIPOS DE CAMBIO A UTILIZAR EN PRESUPUESTO 2006

Los tipos de cambio medios frente al Euro que se deben utilizar para el Presupuesto del ejercicio 2006 son los siguientes:

<u>1 Euro = xx,xx Moneda Local</u>	<u>Media 2006</u>
Dólar USA	1,26
Peso Argentino	3,72
Real Brasileño	3,39
Peso Chileno	728,02
Peso Mexicano	14,38

Disculpar las molestias,

Saludos

Dados da empresa

A.

De: A. <a.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: Segunda-feira, 11 de abril de 2005 13:42

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Assunto: ENC: Telegrama

Sr. A., segue para conhecimento.

A. L. F. R.

Dados da empresa

-----Mensagem Original-----

62. **De:** M. L. T. [mailto: m.....@empresa.es]

Enviado em: Segunda-feira, 11 de abril de 2005 12:11

Para: A.

Assunto: Telegrama

Querida A.:

Esto es un ejemplo de lo que se puede poner en un telegrama, por fallecimiento.

Querido _____:

Enterado de tan triste noticia, me uno a tu dolor y te envío mi más sentido pésame.

Un fuerte abrazo,

A.

63. **De:** E. M. C. <e.....@empresa.es>

Enviado em: Quarta-feira, 25 de outubro de 2006 15:43

Para: G. A. <g.....@empresa.com.ar>; G. F. <g.....@empresa.com.ar>; J. C. F. <j.....@empresa.com.br>; F. L. da M. <f.....@empresabrasil.com.br>; J. B. ** Brasil** <b.....@empresabrasil.com.br>; A. S. L. <a.....@empresabrasil.com.br>; A. I. Brasil <a.....@empresabrasil.com.br>; E. <e.....@empresabrasil.com.br>; R. S. <r.....@empresa.cl>; L. B. <l.....@empresa.cl>; S. M. <s.....@empresa.cl>; M. E. <m.....@empresa.cl>; J. A. O. <j.....@empresa.mx>; A. M. C. <a.....@empresa.com.mx>; N. M. <n.....@empresa.com.mx>; R. B. <r.....@empresa.com>; A. C. <a.....@empresa.com>; F. M. A. <f.....@empresa.com>; E. B. Q. <e.....@empresa.com>; L. O. F. <o.....@empresa.es>; C. G. F. <c.....@empresa.es>; S. G. <s.....@empresa.com>; J. U. <j.....@empresa.es>; J. G. <j.....@empresa.es>; N. P. <n.....@empresa.es>

Cc: J. O. <j.....@empresa.com>; F. E. <f.....@empresa.es>; F. M. <f.....@empresa.es>; G. N. <g.....@empresa.es>

Assunto: Calendario recepción Presupuesto 2007 y PLP Dic-06

Estimados todos:

Os envío este e-mail para recordaros la importancia que tiene para el Grupo *empresa* el cumplimiento de las fechas de recepción de la información del Presupuesto 2007 y de las PLP Dic-06.

Este año es especialmente importante garantizar el plazo de entrega y la fiabilidad de la información, ya que no habrá posibilidad de segundas vueltas.

Os recuerdo que las fechas límite para la recepción de esta información son:

PRESUPUESTO 2007: Viernes 27-10-2006

PLP DIC-06: Viernes 03-11-2006

PLP DIC-06 (criterios): Lunes 23-10-2006

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros,

Un saludo

E. M.

A.

64. **De:** R. G. A. <r.....@empresabrasil.com.br>

Enviado em: Segunda-feira, 2 de dezembro de 2002 15:59

Para: A. I. <a.....@empresabrasil.com.br>

Anexar: Comida de Navidad.doc

Assunto: Comida de Navidad

Es muy conocido pero también muy divertido. Además os servirá a algunos para practicar el español.

Buenas risas. R.

I. M. G.

65. **De:** E. B. <a.....@empresa.es>

Enviado em: Terça-feira, 30 de julho de 2013 10:48

Para: A. M. de A. <a.....@empresa.es>;

A. G. da S. <a.....@empresa.es>;

C. L. C. <c.....@empresa.es>;

C. F. de J. <c.....@empresa.es>;

"d.....@empresa.es" ;

D. S. <d.....@empresa.es>;

E. <e.....@empresa.es>;

E. B. <e.....@empresa.es>;

G. L. <g.....@empresa.com>;

I. C. C. <i.....@empresa.com.br>;

I. G. <i.....@empresa.com>;

J. A. <j.....@empresa.com>;
j. m. <j.....@empresa.es>;

Assunto: URGENTE_Aparcamiento Edificio E. C.

Queridos compañeros:

Los datos del coche hay que enviarlos directamente a D. (a.....@empresa.es), con la mayor brevedad posible.

Un fuerte abrazo a todos,

E.

Dados da empresa

I. M. G.

66. **De:** A. Sao Paulo

Enviado em: Segunda-feira, 29 de julho de 2013 13:14

Para: A. M. de A.; A. G. da S.; C. L. C.; C. F. de J.; 'd.....@terra.com.br'; D. S.; E.; E. B.; G. L.; I. C. C.; I. G.; j. a.; j. m.; l.....@hotmail.com; L. P.; M. P.; M. L.; y.....@empresa.com.br; P. V. G.; r.....@empresa.com; V. B.; 'Z. R.; W.

Assunto: MUY IMPORTANTE_Aparcamiento Edificio E. C.

Importancia: Alta

Queridos compañeros:

Os retransmito información importante sobre el aparcamiento del edificio.

Un abrazo a todos,

E.

Dados da empresa

67. **De:** Administrador Sao Paulo

Enviado em: Segunda-feira, 29 de julho de 2013 13:08

Para: A. Sao Paulo

Assunto: Aparcamiento Edificio E. C.

Estimados,

Con motivo de la tercerización del aparcamiento del edificio donde está el *empresa Brasil* a partir del día 1 de agosto de 2013, necesito que me envíen a la mayor brevedad los datos del coche/s que cada uno trae al centro (matrícula, marca, modelo y color) para registrarlo en el sistema de la empresa de gestión del aparcamiento. A partir de ese momento la *empresa* solamente dispondrá de 6 plazas

fijas en el tercer sótano que serán reservadas, y el resto de las plazas de aparcamiento, las de uso de los empleados, serán móviles por lo que tendrán que dejar las llaves con los aparcacoches.

Atentamente,

D. G. A.

Dados da empresa

I. M. G.

68. **De:** A. Sao Paulo

Enviado em: Terça-feira, 25 de junho de 2013 16:50

Para: A. M. de A. <a.....@empresa.es>;

A. G. da S. <a.....@empresa.es>;

C. L. C. <c.....@empresa.es>;

C. F. de J. <c.....@empresa.es>;

"d.....@empresa.es" ;

D. S. <d.....@empresa.es>;

E. <e.....@empresa.es>;

E. B. <e.....@empresa.es>;

G. L. <g.....@empresa.com>;

I. C. C. <i.....@empresa.com.br>;

I. G. <i.....@empresa.com>;

J. A. <j.....@empresa.com>;

j. m. <j.....@empresa.es>;

Assunto: Importante_ Registro de entrada y salida

Queridos compañeros:

Me pongo en contacto con vosotros para recordaros que es fundamental registrar vuestra presencia en *la empresa* en el equipo que se encuentra al lado de la fotocopidora, en un intervalo máximo de cinco minutos antes de llegar y siete minutos después del horario.

Un fuerte abrazo a todos,

E.