
A manifestação da cortesia em pedidos de *e-mails* empresariais: português do Brasil e espanhol peninsular – semelhanças e contrastes

Isabella Gallardo¹

Resumo: O objetivo deste trabalho é relatar parte de nossa pesquisa de mestrado. Discutiremos aqui os resultados encontrados ao verificar as manifestações da cortesia em pedidos de brasileiros e espanhóis, emitidos em *e-mails* empresariais. Por meio de uma análise comparativa das formas de pedir existentes em um *corpus* composto por *e-mails* corporativos, veiculados em português, por brasileiros, e em espanhol, por espanhóis e, baseando-nos, entre outros, nos estudos da cortesia verbal, verificamos semelhanças e contrastes entre as duas línguas e culturas, no que diz respeito à manifestação da cortesia desses pedidos. Os dados obtidos demonstraram diferenças linguísticas, mas, sobretudo, diferenças pragmáticas e socioculturais entre estas línguas, as quais comentaremos ao longo deste trabalho. Parece haver, no grupo dos brasileiros, uma preocupação maior, se comparado aos espanhóis, por diminuir a imposição de seus pedidos e, conforme já verificado em Lima (2012), por parecer ser bom.

Palavras-chave: cortesia; *e-mails*; pedidos; português; espanhol.

Abstract: The purpose of this paper is to describe part of our master's degree research. In this study, we verified politeness manifestation in business e-mails of Brazilians and Spanish. We comparatively analyzed all the existing requests in a *corpus* composed by business e-mails, written in Portuguese, by Brazilians, and in Spanish, by Spanish. We search, supported by Pragmatics Linguistics, the similarities and possible contrasts existing between both languages and cultures, in relation to the manifestation of politeness in these requests. Our results show some outstanding differences in the way of requesting in these groups. The results

¹ Mestre em Letras na área de Língua Espanhola pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. E-mail: isamgallardo@gmail.com / isabella.gallardo@usp.br.

we achieved demonstrate possible linguistics differences but, above all, pragmatics and social cultural differences between both languages and cultures, which we will discuss throughout this paper. It seems to exist, in the Brazilian's group, a larger concern, if we compare their requests with the Spanish ones, in decreasing the request's imposition and, just as verified in Lima (2012), trying to appear good.

Keywords: politeness; e-mails; requests; Portuguese; Spanish.

Introdução

É cada dia mais usual, atualmente, as relações comerciais entre pessoas de diferentes nacionalidades. Com o amplo uso do *e-mail*, forma de comunicação recente, mas bastante difundida entre empresas, surgiram também novas formas de comunicar-se. Entendemos que diferentes culturas comunicam-se de maneira distinta.

Podemos considerar o *e-mail*, apesar de amplamente difundido nos dias de hoje, um gênero discursivo moderno e recente², como apontam estudos anteriores. Além disso, pensamos que observar as situações nas quais ocorrem essas interações verbais é relevante, pois permite examinar seu funcionamento em diferentes comunidades socioculturais e evita conflitos ou falta de compreensão entre uma ou mais comunidades, conforme discutiu-se em Almeida, Lopes e Couto (2008).

O propósito deste trabalho, portanto, é relatar parte de nossa pesquisa de mestrado e contribuir com os estudos linguísticos sobre as interações verbais por *e-mail*, à luz dos estudos da Pragmática linguística. Esta área trata, segundo Levinson (2007), da língua em uso, a partir de uma perspectiva funcional. O interesse dos estudos pragmáticos está, conforme o pesquisador, na inter-relação da estrutura da língua e de seus princípios de uso. Interessa-nos, especificamente, a Pragmática sociocultural, pois esta área destaca a importância do estudo entre as relações da linguagem com a sociedade.

Dessa forma, descreveremos nossas análises sobre as formas de pedir em interações corporativas via *e-mail*, relatando as diferenças e semelhanças linguísticas e socioculturais encontradas nos pedidos utilizados pelas duas lín-

² O registro do primeiro *e-mail* data de 1971 e foi escrito pelo engenheiro Ray Tomlinson. Disponível em: <<http://inventors.about.com/od/estartinventions/a/email.htm>>. Acesso em 07 dez. 2013.

guas e culturas examinadas: Português do Brasil (doravante PB) e Espanhol peninsular (doravante EP). Nessa pesquisa buscamos uma relação entre as estruturas linguísticas utilizadas por cada grupo e os estudos da cortesia verbal.

Parece-nos pertinente discutir, antes de passar aos nossos resultados, sobre o gênero discursivo escolhido como *corpus* de análise, o *e-mail*. Portanto, o propósito de nossa próxima seção será discutir brevemente sobre o correio eletrônico, pensando em suas características discursivas e nas singularidades que fazem deste um gênero moderno e independente de seus similares.

O *e-mail*, novo gênero textual

O correio eletrônico, ou *e-mail*, foi definido por Marchuschi como “uma forma de comunicação escrita, normalmente assíncrona, de remessa de mensagens entre usuários do computador” (MARCHUSCHI 2002: 22). Por meio deste e de outros estudos (ZANOTTO 2005, MATTEIS 2004, CRYSTAL 2001, PAIVA 2004), pudemos verificar quais são os principais elementos constituintes deste novo gênero discursivo.

As características predominantes percebidas nos *e-mails* são, essencialmente: a **concisão**, a **presença de elementos paratextuais** e a **semelhança com o discurso face a face**. Geralmente, um *e-mail* é composto por até cinco linhas. Aqueles que contêm mais de seis linhas são minoria. Nossos dados mostraram que, tanto no grupo representante do PB, quanto no grupo do EP, ao menos 55% das mensagens possuem entre uma e cinco linhas. Os *e-mails* com mais de dez linhas, entretanto, apareceram em menos de 10% do total de correios eletrônicos nos dois grupos de nosso *corpus*, o que nos mostrou ser, de fato, uma singularidade do gênero utilizado.

Assim como a carta comercial, verificamos que os correios eletrônicos possuem, majoritariamente, frases de abertura e de fechamento, também chamados de elementos paratextuais (ZANOTTO 2005). O objetivo desses elementos é o de marcar o início e o fim da interação. O que mudará, com relação à carta comercial, é que a linguagem utilizada nos correios eletrônicos é uma linguagem informal, uma tentativa de aproximar-se do discurso face a face.

Percebemos, ademais, alguns elementos singulares ao *e-mail* e a outros gêneros da cultura eletrônica (mensagens SMS, *blogs*, *Messenger* e outros), que os aproximam da conversação face a face. Para acercar-se do referido discurso, os usuários do correio eletrônico lançam mão de recursos, como a linguagem informal, abreviatura de muitas palavras, a falta de pontuação e, até mesmo, pequenos erros de digitação a fim de que a mensagem chegue a seu destinatário o mais rápido possível, desse modo, a forma do *e-mail* é algo pouco relevan-

te para seus usuários. O mais importante é que a mensagem chegue ao seu destinatário o mais breve possível.

Após refletirmos, nos últimos parágrafos, sobre os elementos mais relevantes que compõem o gênero correio eletrônico, passaremos, a partir da próxima seção, às hipóteses iniciais, nas quais nos baseamos ao iniciar nossa pesquisa.

Hipóteses iniciais

Ao analisar e contrastar as formas de pedir encontradas no PB e no EP, partíamos da hipótese inicial, baseada em estudos já realizados (ALMEIDA et. al. 2008, ANDRADE 2010, LIMA 2012, SERRANI-INFANTE 1994/2001 são alguns exemplos), de que o grupo representante do PB usaria estruturas mais indiretas para realizar seus pedidos e, portanto, utilizaria com menos frequência o modo verbal imperativo, um dos principais traços de um pedido direto, segundo Haverkate (1994).

Quanto ao grupo representante do EP, a hipótese foi oposta: os espanhóis seriam mais diretos ao emitir seus pedidos e, portanto, o modo imperativo seria mais frequente neste grupo. Além disso, a presença de mitigadores de um pedido, seria, da mesma forma, menos recorrente neste grupo, se comparada ao grupo do PB.

É oportuno esclarecer que a cortesia é um conceito baseado nas ideias iniciais de Brown e Levinson (1978), que foi discutido e ampliado ao longo dos anos por outros estudos, como os de Haverkate (1994), Kerbrat-Orecchioni (2004) e Bravo (1999/2005). Para este trabalho, utilizamos a definição desta última estudiosa, a qual descreve a cortesia verbal 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 considera el beneficio del interlocutor. El efecto que esta actividad tiene en la interacción es interpersonalmente positivo (BRAVO 2005: 33-34).

A cortesia verbal seria, então, as escolhas linguísticas que fazemos durante nossas interações comunicativas, com o objetivo de manter a harmonia e evitar um possível conflito durante nossas interações.

A partir dos próximos parágrafos, passaremos a descrever o *corpus* e a metodologia de nossa pesquisa.

Sobre a metodologia e o *corpus*

Para analisar como se manifesta a cortesia verbal nos pedidos de *e-mails* corporativos, inicialmente, realizamos uma contagem de todas as formas de pedir encontradas nos *e-mails* de cada um dos grupos. Para tanto, cabe lembrar nosso conceito de formas de pedir. Segundo Searle (1969), os pedidos são atos de fala diretivos impositivos, ou seja, enunciados que tentam fazer com que um interlocutor realize determinada ação em benefício do outro, ou seja, daquele que emite este ato de fala.

Após a contagem dos pedidos existentes nos dois grupos de *e-mails*, passamos a separar as formas de pedir, de acordo com as estruturas que haviam sido mais utilizadas. A partir dos dados obtidos, realizamos uma comparação entre o PB e EP, tentando relacionar essas formas com os estudos da cortesia verbal e buscando semelhanças e diferenças nos resultados.

A seguir, apresentamos uma tabela, a qual explicita as principais características dos dois grupos de nosso *corpus*, PB e EP:

Características	PB	EP
Número de <i>e-mails</i>	68	68
Origem dos <i>e-mails</i>	Grande São Paulo	Madrid
Tipos de empresas	Institutos de pesquisa, telecomunicações, iluminação, eletroeletrônicos, bens de consumo duráveis e não duráveis	Câmaras de comércio, telecomunicações, iluminação, concessão, eletroeletrônicos

Tabela 1: Descrição do corpus utilizado na pesquisa

Parece-nos importante explicitar que o grupo representante do EP consistia, em sua maioria, de *e-mails* escritos por espanhóis comunicando-se com espanhóis e brasileiros, em língua espanhola. Esta informação nos leva a esclarecer que, muitas vezes, os brasileiros responderam às mensagens também em língua espanhola; estas foram, contudo, descartadas de nossas análises, pois pensamos que poderia haver influência do PB nesses pedidos, o que invalidaria nossos resultados. O grupo de correios eletrônicos em PB, por sua vez, constituía-se de *e-mails* escritos por brasileiros comunicando-se somente com brasileiros, usando, portanto, o PB. A diferença encontrada entre nossos grupos deveu-se à dificuldade de encontrar empresas espanholas que se comunicavam apenas com espanhóis.

É igualmente relevante recordar 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*³. 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.

Finalmente, em nossa próxima seção, passaremos a descrever e comentar os resultados encontrados ao analisar as formas de pedir e suas relações com os estudos da cortesia verbal em EP e PB.

As formas de pedir em PB e EP: semelhanças e contrastes

Inicialmente, ao comparar nossos dados, percebemos uma semelhança entre PB e EP, no que diz respeito às três formas mais recorrentes para expressar pedidos, pois estas foram as mesmas em ambos os grupos. Esses dados nos levaram a considerar que, em ambientes empresariais, há algumas formas de pedir já ritualizadas, ao menos em nossos dois grupos, PB e EP. A frequência de aparição dessas estruturas, no entanto, foi diferente.

Tanto no grupo representante do PB, quanto no grupo do EP, as três formas mais recorrentes para fazer um pedido em ambientes empresariais foram: o verbo imperativo, pedidos que usavam o verbo no tempo futuro do pretérito/condicional e pedidos com verbos do tipo “pedir/ solicitar/ rogar”, conforme verificamos no Gráfico 1 seguinte:

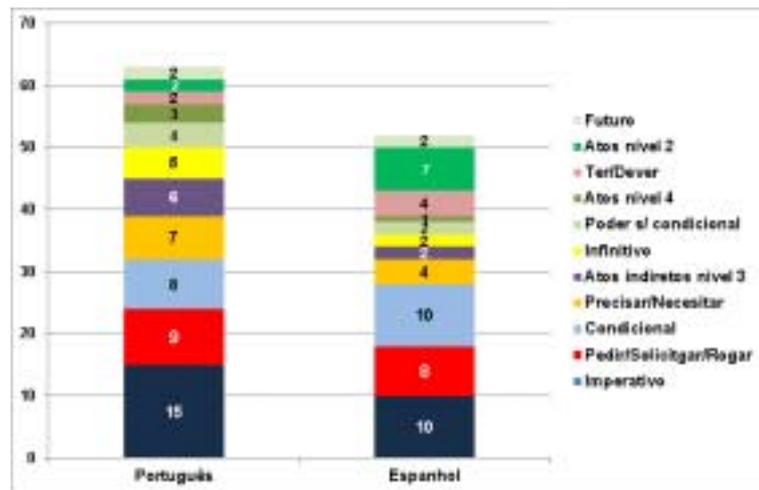


Gráfico 1 – Comparação percentual entre as formas de pedir mais recorrentes em PB e em EP

³ Esclarecemos que o *corpus* utilizado para este trabalho está acessível no banco de teses da USP.

Ao contrário do que supúnhamos ao iniciar esta pesquisa, no grupo do PB, pedidos que usavam o verbo no imperativo apareceram com uma frequência ligeiramente maior (15% do total dos pedidos foram emitidos usando este modo verbal) que no grupo do EP, o qual utilizou o imperativo em 10% de seus pedidos. Além disso, o verbo no tempo condicional apareceu com uma frequência maior neste grupo, não em PB, como esperávamos ao dar início a nossa pesquisa.

Nos próximos parágrafos, comentaremos exemplos de algumas das formas mais relevantes em cada um dos grupos. A seguir, alguns fragmentos com pedidos que representam as três formas de pedir mais recorrentes em PB e EP, respectivamente:

(...) Pls **traduz** esse email e responde em cima do email que mandou o J., copiando todas as pessoas que estão lá (...)

(...) Vocês **poderiam** nos ajudar com uma cotação de S.? O escopo seria quebras de mercado de AS 10-19cks por área (...)

(...) **peço que** dê uma olhada em ND na diferença da Ponderada do produto ofertado Leve 4 pague 3 para a Ponderada de Ofertas. (...)

(...) Por favor, **no te olvides** de cumprimentar los detalles extracontables del B. con U. (Line) (...)

(...) **Podrías** informarme quién es el responsable comercial de la oferta de T. en empresa Brasil (...)

(...) **os pido** el envío de información que queráis compartir con el resto de las C., que debéis enviar al administrador de la web C.

É interessante notar, já neste primeiro momento, que alguns pedidos possuem outras estruturas que visam a diminuir seu grau de imposição – os marcadores de atenuação, principalmente em PB. Sobre os atenuadores, faremos algumas reflexões mais adiante.

Com respeito às demais formas encontradas em cada grupo, percebemos, de fato, conforme supúnhamos inicialmente, uma preferência, em PB, por formas mais indiretas de pedir, ainda que a forma mais frequente tenha sido o imperativo. Uma estrutura utilizada em PB, a qual obteve frequência de apenas 2% em EP, foi a forma infinitiva, conforme o fragmento “(...) L. e M.: por favor, **levar em consideração** o seguinte comentário(...)” ou, ainda, “Por gentileza **informar o valor estimado** (possível) de faturamento de lâmpadas para outubro.... (...)”.

O uso do infinitivo, nos pedidos em PB, tem a intenção de apagar a imposição e o apontamento direto da pessoa à qual vai dirigido este pedido. Assim, podemos considerar esta forma como um modo de minimizar o grau de imposição desse ato de fala, ou seja, de demonstrar mais cortesia, mantendo, desse modo, a harmonia durante a interação.

Possui a mesma função do infinitivo, ou seja, apagar um apontamento direto do destinatário do pedido, o verbo “precisar” em PB, conforme os exemplos seguintes:

(...) **precisamos** de uma definição em relação a entrega (...)

(...) **Preciso** de mais algumas informações para cotar esse S. (...)

Nesses fragmentos, o verbo “precisar” não somente apaga o destinatário direto do pedido, pois ele não é transmitido de forma direta, mas também expressa uma forma de afiliar-se com o interlocutor. Dessa forma, o remetente afirma precisar de determinada informação ou objeto e seu destinatário se dispõe a ajudá-lo, demonstrando afiliação ao outro, e, com isso, conservando a harmonia da interação ao demonstrar cortesia.

Outra estrutura bastante interessante e frequente, usada pelo grupo representante do PB, a qual não apareceu na mesma proporção em EP, é a expressão do pedido por meio da emissão apenas de seu objeto, não da ação deste, conforme os fragmentos abaixo:

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

(...) **Já existe alguma foto** deste produto para que eu possa avaliar com a equipe? (...)

Nesses exemplos, não aparece explicitamente o que deve ser feito, somente o objeto do pedido, expresso em “tua ajuda”, no primeiro exemplo e em “Já existe alguma foto”, no segundo. Haverkate (1994) considera pedidos como os anteriores, pedidos indiretos, pois o verbo não aparece, e no segundo caso, nem mesmo a pessoa a quem vai dirigido o pedido, explicita-se somente o objeto deste. Este é um modo de diminuir o grau de imposição de um pedido, visto que evita seu apontamento direto. Estas formas apareceram com uma frequência maior em pedidos dos brasileiros, conforme havíamos previsto inicialmente.

Um exemplo de pedido do grupo do PB, o qual sequer apareceu no grupo do EP, foi um pedido definido por Blum-Kulka (1996) como totalmente indi-

reto. São pedidos totalmente indiretos aqueles nos quais, segundo esta autora, podemos, até mesmo, negar a expressão deste ato de fala, visto que ele é tão dependente do contexto para ser explicado, que não há nada presente em sua estrutura linguística que possa comprovar sua emissão. O fragmento: “**É importante a conquista desse projeto**” é um bom exemplo. Se não temos acesso a toda a interação, não podemos perceber que o verdadeiro significado do enunciado é: “não atrase esse projeto”. A seguir, parte da interação na qual este pedido é emitido:

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.

No que se refere às formas de pedir mais relevantes no grupo do EP, percebemos que, conforme comentamos anteriormente, o verbo no tempo condicional aparece como uma das formas mais utilizadas neste grupo, contrariando nossas primeiras hipóteses. Vejamos dois fragmentos que exemplificam essas formas:

(...) **Podrías** avisarme a qué hora te puedo llamar o simplemente comunicarte conmigo. (...)

(...) **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.(...)

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: 186).

Percebemos que, apesar de formas com o condicional terem sido bastante frequentes no EP, outras formas, consideradas mais diretas de pedir, foram muito mais recorrentes neste grupo, se comparadas ao grupo representante do PB.

Uma forma bastante corrente nos pedidos em EP, a qual teve frequência inferior no PB, foram pedidos que usavam o verbo “Deber”. Esta forma, ao contrário das mais frequentes no grupo do PB, possui um apontamento direto ao destinatário da mensagem. Não há dúvidas sobre a pessoa a quem se dirige o pedido, nem tampouco que se trata de um pedido, ou, até mesmo, de uma ordem. Nos exemplos seguintes, notamos que não há a mesma preocupação verificada em PB por diminuir o grau de imposição do pedido nem por parecer ser bom ou mais cortês:

(...) **Debes enviárselo** a la personal de O. que sea la receptora de dicha información. (...)

(...) **Debéis presentarlas** en la Oficina Comercial para que el Consejero informe. (...)

(...) **Recordar que debéis** remitir un escrito dirigido al Director General diciendo cuanto queréis. (...)

Parece-nos relevante destacar, ainda, que o uso do infinitivo “Recordar”, antes da forma “debéis”, no último fragmento citado, não possui a mesma função do infinitivo no PB, comentada anteriormente. Não existe o mesmo propósito comentado de evitar o apontamento direto ao destinatário. Ao contrário, é, sim, uma forma considerada direta de emitir um pedido em EP, a qual se assemelha ao modo verbal imperativo. Garrido Medina (1999) aponta que no EP existe uma semelhança fonética entre o infinitivo – “Recordar” – e sua forma imperativa, devido à equivalência com a forma imperativa da segunda pessoa do plural, “Vosotros”: “Recordad”.

O uso do imperativo em EP também parece bastante relevante, pois conforme afirmamos anteriormente, foi uma das formas mais frequentes de pedir

deste grupo. No entanto, ao contrário do que esperávamos encontrar, esta forma não foi mais frequente que sua equivalente no grupo do PB. No grupo dos brasileiros, o verbo imperativo apareceu em 15% dos pedidos, como mencionamos; já no grupo dos espanhóis esta forma foi a escolhida em 10% dos pedidos.

Percebemos, ao comparar estas formas, que no EP, a forma imperativa não aparece com tantas marcas de atenuação conforme observamos em PB. Não há uma preocupação em mitigar o grau de imposição dos pedidos emitidos com imperativo neste grupo:

(...) **poneros** en contacto conmigo cuando podáis, por correo electrónico o Tfl. (...)

(...) **dígame** cuál es el mejor día y hora para usted (...)

Notamos que, apesar do modo verbal imperativo, de fato, representar uma frequência maior de pedidos em PB, este verbo raramente apareceu sozinho neste grupo. Esta forma foi utilizada sempre com um ou mais marcadores de atenuação, os quais diminuía a força do pedido em questão.

Os marcadores de atenuação, de acordo com Briz (2002), são formas de mitigar ou suavizar o conteúdo de uma proposição ou, até mesmo, de minimizar a opinião do remetente, com o objetivo de evitar um futuro desacordo ou um possível conflito. Muitas vezes, estes marcadores de atenuação possuem a função de manter a harmonia de uma conversação, como forma de expressar cortesia.

Verificamos que, se o brasileiro utiliza o imperativo com maior frequência, este imperativo sempre aparecerá com, ao menos, uma forma de atenuar este alto grau de imposição que implica este modo verbal. Parece existir uma preocupação em demonstrar cortesia por meio dos marcadores de atenuação em PB. Os espanhóis, entretanto, não se preocupam em atenuar ou diminuir o grau de imposição expresso pelo modo imperativo.

Ao longo de nossa pesquisa, comparamos o uso dos marcadores de atenuação nos pedidos do PB e do EP e percebemos diferenças significantes entre os grupos. O Gráfico 2, a seguir, demonstra a comparação percentual entre os dois grupos quanto ao uso da atenuação em seus pedidos:

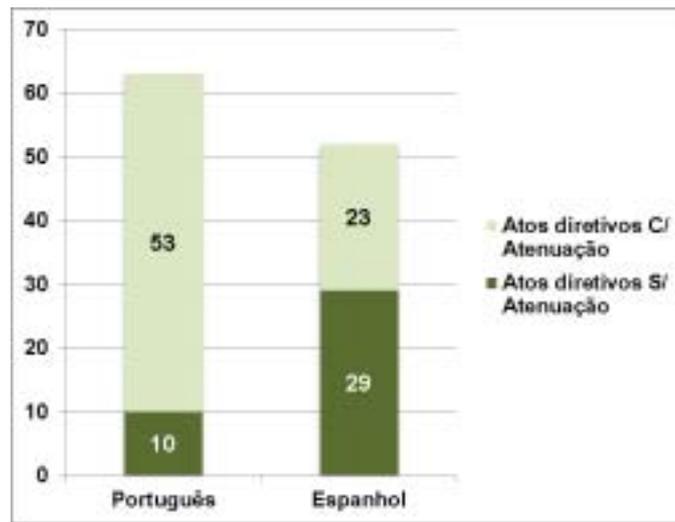


Gráfico 2 – Comparação percentual de recorrência de atenuação nos pedidos em PB e em EP

As diferenças pragmáticas entre o PB e o EP aparecem mais claramente, ao analisar esse gráfico, pois os dados que obtivemos expressam uma frequência inversamente proporcional de uso de atenuadores. Enquanto 53% dos pedidos emitidos por brasileiros lançam mão de ao menos uma forma de atenuação, espanhóis utilizam mitigadores em apenas 23% deles. Uma diferença considerável entre os grupos.

Como exemplos destes marcadores de atenuação no grupo do PB, podemos citar o uso da interjeição “por favor”, a qual se utilizou com uma frequência muito maior neste grupo que em EP, atos explicativos, atos de fala que começam com “Acho que/ imagino que”, os quais sequer apareceram no grupo representante do EP. Essas e outras formas foram utilizadas com o objetivo de não somente minimizar o grau de imposição do pedido em questão, mas também com o propósito de parecer ser bom. Vejamos alguns fragmentos do nosso *corpus* representante do PB, a seguir:

(...) **Estive conversando com o M. e acho que preciso de algo mto mais simples. Apenas** um ranking de produtos por vendas em valor (...)

-

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

(...) **Imagino que você já tenha visto casos parecidos e gostaria de conversar com você sobre isso. (...) Pode me ajudar?**

Por meio dos exemplos anteriores, percebemos a preocupação dos brasileiros por minimizar a imposição, o apontamento direto e, inclusive, o objeto ou o próprio pedido em si.

Além do uso dos atenuadores para diminuir o grau de imposição de um pedido em PB, chamou-nos a atenção a importância do agradecimento para os brasileiros. Durante a contagem de nossos dados, notamos que nos correios eletrônicos representantes do PB, a presença de um agradecimento, sobretudo, após a emissão de um pedido, era muito mais frequente, se comparada ao grupo representante do EP. Desse modo, passamos a analisar e comparar a importância deste ato de fala em EP e em PB. Da mesma maneira, nossos resultados mostraram diferenças significativas entre os grupos, principalmente no que diz respeito aos usos pragmáticos deste ato de fala.

O gráfico apresentado a seguir ilustra as diferenças do uso do agradecimento nos dois grupos. Notamos uma recorrência bastante diversa do agradecimento entre os grupos.

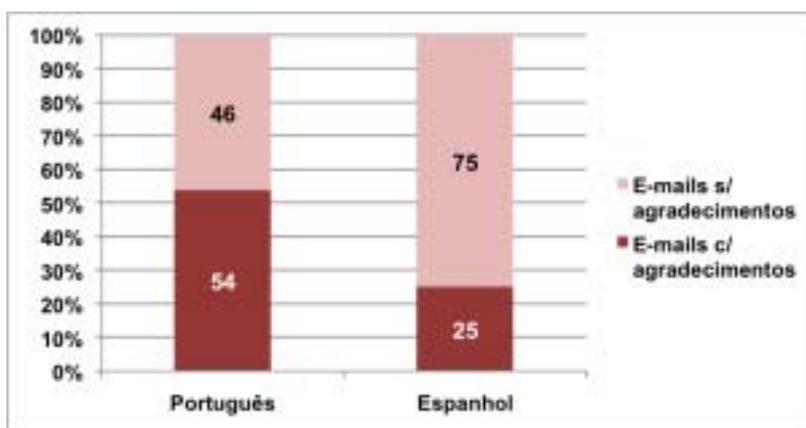


Gráfico 3 – Comparação percentual de agradecimentos nos e-mails em PB e em EP

Por meio do Gráfico 3 anterior, notamos de forma bastante clara que o agradecimento está muito mais presente nos correios eletrônicos em PB que em EP. Enquanto em 54% dos e-mails emitidos por brasileiros havia ao menos uma forma de agradecer, em EP, ao contrário, apenas 25% dos e-mails continham um agradecimento.

Aquino e Fávero (2001), sobre as formas de agradecer, afirmam que estes atos 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.

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.

Por meio da análise de nossos dados, verificamos uma diferença sociocultural e pragmática entre o PB e o EP. Notamos uma valorização do agradecimento na cultura brasileira que não parece existir na cultura do EP. Ainda que tenhamos encontrado atos de agradecimento no grupo representante do EP, a frequência de uso deste ato de fala foi consideravelmente menor.

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 afirmando que a destinatária já tinha passado por esta mesma situação. Pede, então, sua ajuda e termina sua mensagem com um agradecimento. Com este exemplo, notamos que não houve, como poderia ser o esperado, uma ação em benefício do outro que pudesse provocar o agradecimento. A destinatária ainda não pôde ajudar sua remetente, mesmo assim, esta a agradece antecipadamente:

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

O exemplo do referido *e-mail* parece reforçar a afirmação de Aquino e Fávero (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 afirma Kerbrat-Orecchioni (2006).

Outros casos que ilustram esta situação de pedido e agradecimento podem ser:

(...) **Preciso** de mais algumas informações para cotar esse S. (...) **Obrigada**, (...)

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

(...) Apenas para lembrar.....todos os projetos que estamos trabalhando **deverão estar inseridos** no SharePoint do LATAM até o final do mês.....(...) **Agradeço não deixarem para o final do mês** (...)

No grupo de mensagens eletrônicas dos espanhóis esta situação também aparece, apesar de ser, como pudemos observar com o Gráfico 3, menos recorrente que no grupo dos brasileiros. Exemplos do EP, nos quais o remetente se adianta à ação benéfica e agradece logo após emitir o pedido, podem ser ilustrados pelos fragmentos seguintes:

(...) **Ruego** le ayudéis de la mejor manera. (...) **Muchas Gracias** (...)

(...) **Podrías** informarme quién es el responsable comercial de la oferta de T. en empresa Brasil. (...) **De antemano muchas gracias**. (...)

(...)

(...) **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. (...)

Gracias por tu comprensión (...)

Ao longo desta seção, procuramos descrever os principais resultados referentes a nossas análises sobre as formas de pedir, durante nossa pesquisa de mestrado. Por meio da análise de nosso *corpus*, composto por *e-mails* corporativos de brasileiros e espanhóis, pudemos verificar que, ainda que sejam línguas consideradas próximas do ponto de vista estrutural, PB e EP fazem escolhas pragmáticas diferentes ao emitir um pedido no meio empresarial.

Enquanto brasileiros optam por formas de pedir mais indiretas e usam formas de atenuar e evitar um apontamento direto com bastante frequência, demonstrando, assim, uma preocupação por parecer mais cortês com seu interlocutor, o grupo de *e-mails* emitidos por espanhóis, prefere, ao contrário, formas mais diretas de pedir, sem a preocupação de parecer cortês ou diminuir o grau de imposição de um pedido. Além disso, notamos uma valorização do agradecimento no grupo dos brasileiros que não existe no grupo dos espanhóis.

Considerações finais

Com base nos dados obtidos e à luz das teorias anteriormente discutidas, ao comparar o EP e o PB, percebemos que ser mais ou menos direto ao emitir um pedido em um *e-mail* empresarial não deve ser interpretado somente pelo uso do imperativo, modo verbal que caracteriza um pedido mais direto, mas sim pela presença ou não do uso dos marcadores de atenuação e uso antecipado do agradecimento.

Ao comparar o EP e o PB, notamos algumas diferenças, não somente na estrutura linguística de um pedido, mas também nas escolhas pragmáticas e valores sociais dessas línguas e culturas. No grupo de *e-mails* representante do PB, verificamos uma valorização de uma cortesia atenuadora e da expressão de afiliação entre os participantes das interações por *e-mail*. As estruturas linguísticas mais frequentes neste grupo revelam uma preocupação por diminuir o nível de imposição do pedido e, dessa forma, parecer ser bom (LIMA 2012).

Em EP, ao contrário, as estruturas linguísticas mais recorrentes não mostram esta mesma preocupação por evitar uma possível imposição em um pedido. Percebemos, com isso, uma porcentagem menor de atenuadores e de agradecimentos e uma frequência superior de formas linguísticas mais diretas para expressar um pedido neste grupo.

Estes resultados remeteram-nos aos estudos de Holanda (1995), o qual trata do homem cordial brasileiro e concluímos que as estruturas linguísticas usadas e escolhidas por este grupo expressa essa cordialidade, o desejo de parecer ser bom. Percebemos, além disso, que EP e PB, apesar de serem línguas

semelhantes estruturalmente, fazem escolhas pragmáticas diferentes, ao menos quando se trata de fazer pedidos em suas interações por *e-mail*.

Terminamos nosso trabalho com os conceitos de Kulikowski (2006), que afirma ser indispensável, portanto, conhecer e interpretar as convenções sociais das diferentes línguas e culturas, pois, além de completar a função informacional necessária para uma interação eficaz, essas convenções estabelecem também um espaço no jogo de papéis que cada participante pretende preservar.

Anexos

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

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.

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

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.

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

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.

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.

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.

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

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
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.

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

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

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: 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

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.

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

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

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

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

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.

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.

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.
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
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.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Flávia M. de; LOPES, Célia Regina dos Santos; COUTO, Leticia Rebollo. 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, Antonio Gomes, et al. (Ed.). *Cortesía y conversación: de lo escrito a lo oral*. Valencia: Universidad de Valencia/EDICE, 2008.

ANDRADE, Adriana Marcelle de. *Cortesía e marcadores discursivos: contraste entre discursos orais chilenos e espanhóis e as percepções de brasileiros*. (Mestrado em Letras) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

AQUINO, Zilda Gaspar de Oliveira; FÁVERO, Leonor Lopes. Os atos de agradecimento. In: PRETI, Dino. *Dino Preti e seus temas: oralidade, literatura, mídia e ensino*. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

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

BRAVO, Diana. ¿Imagen positiva Vs. Imagen negativa?: Pragmática sociocultural y componentes de face. *Análisis del discurso oral*. v. 2. Almería: Arco libros, 1999.

_____. 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, 2005. Disponible en: <<http://www.edice.org/2coloquio/2coloquioEDICE.pdf>>.

BRIZ. Antonio Emilio Gómez. 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: Universidad de Estocolmo, 2002, p. 17-46.

BROWN, Penélope; LEVINSON, Stephen. *Politeness: some universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978.

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

GARRIDO MEDINA, Joaquín. Los actos de habla. Las oraciones imperativas. In: BOSQUE, I. M.; DEMONTE, V. B. (Dir.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, t. 3. Madrid: Espasa Calpe, 1999. p. 3879- 3928.

HAVERKATE, Henk. *La cortesía verbal*. Madrid: Editorial Gredos, S. A, 1994.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. ¿Es universal la cortesía? In: BRAVO, Diana; BRIZ, Antonio. *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel, 2004.

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

KULIKOWSKI, María Zulma Moriondo. Entre la cortesía y la especulación: formas indirectas de pedir y mandar. In: IV CONGRESSO BRASILEIRO DE HISPANISTAS. Rio de Janeiro, 2006, p. 286-291.

LEVINSON, Stephen. *Pragmática*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 2007.

LIMA, Fábio Barbosa de. *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, 2012.

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

MATTEIS, Lorena Marta Amalia de. Oralidad y escritura en la comunicación por correo electrónico en hablantes de español bonaerense. *Oralia: análisis del discurso oral*, v. 7, 2004, revista anual, p. 59-83.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. *E-mail: um novo gênero textual*. In: MARCHUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.) *Hipertextos e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

SEARLE, John R. *Speech acts. An essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.

SERRANI-INFANTE, Silvana. Análise de ressonâncias discursivas em micro-cenas para estudo da identidade linguístico-cultural. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, n. 24. Campinas, 1994, p. 79-90.

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

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