

**Sandra Beatriz Méndez Torres**

**LÍNGUA ESTRANGEIRA EM COMÉRCIO EXTERIOR:  
aspectos pragmático-cognitivos do processo de compreensão  
discursiva**

**Pelotas  
Março de 2003**

**Sandra Beatriz Méndez Torres**

**LÍNGUA ESTRANGEIRA EM COMÉRCIO EXTERIOR:  
aspectos pragmático-cognitivos do processo de compreensão  
discursiva**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação em Letras, da Universidade  
Católica de Pelotas, como requisito parcial à  
obtenção do Título de Mestre em Letras.**

**Área de concentração: Linguística Aplicada**

**Orientador: Prof. Dr. Vilson J. Leffa**

**Pelotas  
Março de 2003**

## **AGRADECIMENTOS**

O meu reconhecimento ao corpo docente do curso, por compartilhar o profissionalismo e a competência com que desempenham seus papéis de educadores, além do agradecimento àqueles que tiveram sempre uma palavra de incentivo, fundamentalmente, em momentos de dificuldades. De forma muito especial, ao meu orientador, Prof. Dr. Vilson José Leffa e à Prof. Dra. Carmen L. Barreto Matzenauer;

ao meu esposo, Carlos Calabuig, pela compreensão, apoio e credibilidade em mim depositados, colaborando, ainda, com tanta dedicação à nossa mais recente filhinha, Ana Isabel;

ao meu irmão Pablo Méndez, pelo companheirismo e serviços prestados em termos técnicos da elaboração da dissertação;

aos colegas de curso, que tornaram a sala de aula um ambiente agradável, de trabalho e de troca de experiências acadêmicas, especialmente, à colega e amiga Sabrina, de quem só guardo boas lembranças de nossas reuniões de estudo;

e às secretárias do curso, Ana Salengue e Heloisa Lopes, pela ajuda prestada em tantas ocasiões, sempre com eficácia e simpatia.

## **MENSAGEM**

*“Real communication occurs when we listen with understanding. It means to see the expressed idea and attitude from the other person’s point of view, to sense how it feels to be him, to achieve his frame of reference in regard to the thing he is talking about.”*

Carl Rogers

## RESUMO

Este trabalho pretende realizar uma análise do discurso da negociação comercial em comércio exterior, considerando tal negociação, um processo interacional de base discursiva sob a luz do Modelo Cognitivo da Linguística Textual (Van Dijk, 2000). Com base nesse modelo, relacionam-se alguns aspectos teóricos à prática discursiva das mencionadas negociações a fim de melhor entender tal processo de compreensão, verificar a importância do conhecimento compartilhado entre os locutores, evidenciar a origem das inferências por eles realizadas e, finalmente, identificar os tópicos formativos da macroestrutura conversacional. Para a coleta de dados, utiliza a gravação de um diálogo autêntico, efetuada durante o evento International Association of Airport Duty Free Stores – IAADFS –, convenção que, anualmente, reúne comerciantes, importadores e exportadores nos Estados Unidos. Para a transformação do diálogo em corpus da pesquisa, este estudo segue as regras de transcrição de Marchuschi (1998). A partir dessa transcrição, seleciona 10 episódios, analisados com base no referencial teórico e apresentados com uma breve descrição do tópico analisado, transcrição, tradução e contextualização de cada um deles, além da própria análise. Ressalta como principais resultados a constatação da importância do conhecimento prévio por parte dos interlocutores na função de conhecimento compartilhado na atividade conversacional. Constata, ainda, o papel desse conhecimento compartilhado como estrutura cognitiva que embasa as diversas inferências do diálogo. Por último, realiza o levantamento dos tópicos constitutivos da macroestrutura conversacional da negociação. Organiza e agrupa os tópicos levantados por áreas de concentração com o objetivo de obter uma noção da abrangência de domínios a serem considerados quando no papel de negociador, intérprete, enfim, de “compreendedor” do discurso em língua estrangeira em uso nas negociações de comércio internacional. Fundamentalmente, este trabalho defende a plausibilidade do modelo pragmático-cognitivo consultado como referencial teórico para o processo de compreensão do discurso da negociação em comércio exterior, com uso do inglês e do espanhol como línguas estrangeiras.

**Palavras-chave:** conhecimento compartilhado; compreensão; inferência

## ABSTRACT

This paper intends to make an analysis of the commercial negotiation speech in international commerce, taking this negotiation as an interactional process of discursive basis, under the Cognitive Linguistic Textual Model (Van Dijk, 2000) view. Basing on this model, some theoretical aspects were related to the discursive practice of the before mentioned negotiations intending better fulfill this process of comprehension, verifying the importance of shared knowledge among speakers, highlighting the origin of the inferences made by them and, finally, identify the forming topics of the conversational macrostructure. For the collecting of data it was used a recording of an authentic dialog, which took place during the event provided by the Association of Airport Duty Free Stores – IAADFS –, this convention which annually gathers businessmen, importers and exporters of the United States. For the transformation of the dialog in research object, this study follows the rules of Marchuschi (1998) transcription. Starting from this transcription, 10 episodes are selected, analyzed taking as basis the theoretical referential and presented with a brief description of the analyzed topic, transcription, translation and contextualization of each of them, besides the analysis itself. Emphasizes as main results the observation of the importance of the prior knowledge by the speakers in the shared knowledge function of the conversational activity. Notices, yet, the role of this shared knowledge as cognitive structure that bases the many inferences of the speech. Finally, it makes the survey of the constituting topics of the conversational macrostructure of the negotiation. Organizes and groups the surveyed topics by concentration areas with the objective of obtaining a notion of the covering of domains to be considered when in the position of negotiator, translator, anyway, the “understander” of the speech in foreign language in use in the negotiations of international commerce. Basically, this paper defends the plausibility of the pragmatic-cognitive model consulted as theoretical referential for the comprehension process of the negotiation speech in international commerce, having English and Spanish as foreign languages.

**Key words:** shared knowledge; comprehension; inference

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1	Delimitação do problema e justificativa.....	11
1.2	O discurso da negociação comercial .....	12
1.3	Objetivos .....	14
1.4	Estrutura da dissertação.....	15
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>17</b>
2.1	A Linguística Textual e o Modelo Cognitivo.....	17
2.1.1	Pressupostos Cognitivos .....	17
2.1.1.1	Pressuposto Construtivista.....	17
2.1.1.2	Pressuposto Interpretativo .....	18
2.1.1.3	Conjetura Pressuposicional.....	19
2.1.1.4	Pressuposto Estratégico .....	20
2.1.2	Pressupostos Contextuais .....	21
2.1.2.1	Pressuposto da Funcionalidade.....	21
2.1.2.2	Pressuposto Pragmático .....	22
2.1.3	Estratégia Geral .....	23
2.1.3.1	Estratégias de Coerência Local .....	26
2.1.3.2	Macroestratégias.....	26
2.1.3.3	Estratégias Esquemáticas.....	27
2.1.4	Sistema de Controle Geral.....	27
2.2	Teoria dos Esquemas.....	29
2.3	Noções de Pragmática .....	32
2.4	Negociação Comercial .....	34
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>38</b>
3.1	Introdução.....	38
3.2	Caracterização geral do corpus de pesquisa .....	38

3.2.1	Seleção dos instrumentos de pesquisa .....	39
3.2.2	Aspectos a analisar .....	40
3.2.3	Dificuldades .....	41
3.2.4	Procedimentos analíticos .....	41
3.3	Sujeitos informantes .....	41
3.3.1	Relação entre os comerciantes .....	42
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DE DADOS .....</b>	<b>44</b>
4.1	Introdução .....	44
4.2	Análise e interpretação dos dados .....	45
4.2.1	Episódio n. 01 .....	45
4.2.1.1	Tópico .....	45
4.2.1.2	Transcrição .....	45
4.2.1.3	Tradução .....	45
4.2.1.4	Análise do episódio .....	45
4.2.2	Episódio n. 02 .....	47
4.2.2.1	Tópico .....	47
4.2.2.2	Transcrição .....	47
4.2.2.3	Tradução .....	48
4.2.2.4	Análise do episódio .....	48
4.2.3	Episódio n. 03 .....	50
4.2.3.1	Tópico .....	50
4.2.3.2	Transcrição .....	50
4.2.3.3	Tradução .....	50
4.2.3.4	Análise do episódio .....	51
4.2.4	Episódio n. 04 .....	53
4.2.4.1	Tópico .....	53
4.2.4.2	Transcrição .....	53
4.2.4.3	Tradução .....	53
4.2.4.4	Análise do episódio .....	53
4.2.5	Episódio n. 05 .....	54
4.2.5.1	Tópico .....	54
4.2.5.2	Transcrição .....	54
4.2.5.3	Tradução .....	55
4.2.5.4	Análise do episódio .....	55
4.2.6	Episódio n. 06 .....	56
4.2.6.1	Tópico .....	56
4.2.6.2	Transcrição .....	56
4.2.6.3	Tradução .....	57
4.2.6.4	Análise do episódio .....	57
4.2.7	Episódio n. 07 .....	58
4.2.7.1	Tópico .....	58
4.2.7.2	Transcrição .....	59
4.2.7.3	Tradução .....	59
4.2.7.4	Análise do episódio .....	60
4.2.8	Episódio n. 08 .....	62
4.2.8.1	Tópico .....	62
4.2.8.2	Transcrição .....	62
4.2.8.3	Tradução .....	62
4.2.8.4	Análise do episódio .....	62

4.2.9 Episódio n. 09.....	64
4.2.9.1 Tópico.....	64
4.2.9.2 Transcrição .....	64
4.2.9.3 Tradução .....	65
4.2.9.4 Análise do episódio .....	65
4.2.10 Episódio n. 10.....	67
4.2.10.1 Tópico.....	67
4.2.10.2 Transcrição .....	67
4.2.10.3 Tradução .....	67
4.2.10.4 Análise do episódio .....	68
4.2 Conclusão da análise de dados .....	70
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>71</b>
5.1 Introdução.....	71
5.2 Aspectos discursivos .....	72
5.3 Aspectos constitutivos.....	76
5.4 Conclusão .....	77
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>81</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Delimitação do problema e justificativa

O sistema socioeconômico atual exige um intercâmbio cultural que desencadeia, cada vez mais, a necessidade de dominar uma língua estrangeira preponderante, como é o caso do inglês, utilizado na grande maioria das negociações de comércio exterior. Entretanto, esse domínio da língua estrangeira deverá abranger o desempenho de quem a utiliza, de forma adequada ao momento em que ocorre o discurso, atendendo a todos os itens que fazem parte do contexto desse discurso.

Durante algumas experiências vivenciadas na área de tradução simultânea de inglês para espanhol e vice versa, notou-se que não basta o conhecimento do vocabulário de língua estrangeira enquanto grupo de palavras da linearidade superficial do texto-discurso para acompanhar uma negociação comercial. É preciso ter um conhecimento mais abrangente do assunto em andamento nesse processo discursivo. Tanto para traduzir quanto para interpretar é necessário algum conhecimento ou experiência prévia na área comercial, que é diferente ao âmbito da língua estrangeira enquanto conhecimento da língua pela língua. Isto é, o conhecimento que se adquire com a prática discursiva é diferente do conhecimento adquirido em sala de aula de língua estrangeira, onde se estuda a estrutura da língua, sua gramática, fonética, ou, até mesmo, aspectos semânticos, etc. Acredita-se que na sala de aula seja muito difícil ampliar tanto o espectro de aspectos a serem abordados e realizar um estudo ainda mais holístico, que permita alcançar o desempenho da prática. Aparentemente, quando se usa a língua estrangeira para um campo diferente de si própria, diferente da sala de aula, como é o

caso das negociações comerciais, surge um conjunto de itens que deve ser considerado a fim de alcançar o mencionado desempenho.

No decorrer da participação de atividades comerciais, na função de tradutora-intérprete de uma das partes negociadoras, percebeu-se a existência de um complexo de domínios ou de tópicos a serem compreendidos, inclusive em língua materna, isto é, por algum instante, quando ocorria alguma falha da compreensão do discurso, esta não era devida a falhas de conhecimento dos componentes lingüísticos utilizados na locução, e sim, devida a falhas no processo de compreensão do fato referido nesse momento do discurso. Paralelamente, observou-se que, em momentos nos quais a compreensão viu-se facilitada, o item colaborador era o da compatibilidade de dados sobre comercialização, cujos participantes do diálogo compartilhavam, permitindo, assim, a seqüência dinâmica da conversação.

A partir dessas observações, surgiu o interesse em analisar alguns aspectos do discurso das negociações comerciais, no âmbito internacional, para melhor entendê-lo enquanto atividade discursiva em língua estrangeira.

## **1.2 O discurso da negociação comercial**

O estudo do discurso em geral é de interesse de várias disciplinas das ciências humanas e sociais desde que, por volta de 1970, com autores como Labov, foi reconhecido que os estudos lingüísticos deveriam ir além da análise gramatical dos sistemas lingüísticos, considerando, por exemplo, o uso da língua nas diferentes atividades sociais. A partir desse momento, outras análises de estrutura de discurso de eventos e atividades comunicativas foram desenvolvidas; entre elas os trabalhos de Gumperz e Hymes, em 1972, quando estudos sobre a interação social e cotidiana foram aumentando o foco de interesse até alcançar os

estudos sobre a interação conversacional como os de Jefferson, 1974; Schenkein, 1978; Coulthard e Montgomery, 1981. Em consequência da diversidade de trabalhos voltados à análise conversacional, é difícil estabelecer fronteiras entre as áreas e as teorias que abordam tal assunto, pois passa a ser considerado mais um campo interdisciplinar, cuja riqueza de enfoques aproxima linhas de pesquisa da Psicolinguística e da Pragmática, entre outras ciências.

A aproximação de áreas e linhas de pesquisas diferentes sobre o discurso proporcionou o renascimento de trabalhos pioneiros como, por exemplo, a Teoria dos Esquemas de Bartlett (1932), que influenciou a Psicologia dos anos 40 em diante (Tannen, 1979) e foi retomada, por exemplo, por Goffman (1981) e por Gumperz (1982). Nessa sucessão de trabalhos de compreensão do discurso, o conceito de “esquema”, de Bartlett, tem sido diferentemente rotulado, tal como “cenário”, “frame”, “enquadre” e “script”, porém, sempre com a finalidade de “dar conta do papel das representações de conhecimento de mundo dentro desse processo de compreensão do discurso” (Koch, 2000). Tal conceito de esquema, enquanto termo de afinidade com enquadre de interpretação, de natureza interacional (Ribeiro, B. & Garcez, P., 1998, p.124), será de extrema relevância para o presente trabalho, pois pretende evidenciar o papel de tais representações de conhecimento de mundo na compreensão do discurso em análise.

Ressaltar-se-á o discurso da negociação comercial, baseando-se na proposta de Modelo Cognitivo da Linguística Textual. Esse modelo cognitivo é apresentado na literatura especializada como sendo um “caminho novo no processo de estabelecer modelos cognitivos de processamento da compreensão do discurso” (Van Dijk 2000 p.13).

Com base no modelo cognitivo, focalizar-se-ão algumas estruturas linguísticas da superfície discursiva, consideradas fundamentais para a textualidade e para a coerência do diálogo, da mesma forma que serão analisados alguns aspectos discursivos de caráter

implícito, supostamente decorrentes das primeiras, com interesse específico na natureza da relação que ocorre entre ambas as partes, implícito e explícito.

Paralelamente, considerando que, entre os fatores que compõem a discursividade, encontra-se o conhecimento compartilhado, pretende-se identificar os tópicos formativos nas conversações de negociações em comércio exterior.

Tal conhecimento aparece em algumas referências bibliográficas como um dos principais colaboradores para o entendimento entre as pessoas que participam de um mesmo diálogo. Portanto, ele passa a ser fundamental nesse trabalho, pois se acredita, embora de forma hipotética, que o conhecimento compartilhado entre participantes seja a base das inferências discursivas em um diálogo de negociação comercial.

Considera-se que este trabalho, com o perfil de uma iniciação na área de pesquisa em Psicolinguística, possa ser relevante para quem trabalha com língua estrangeira em atividades como tradução e interpretação, desenvolvidas dentro da área comercial, pois é um campo de trabalho diferente da realidade de sala de aula, porém, interessante e promissor para profissionais das Letras com habilitação em Línguas Estrangeiras.

### **1.3 Objetivos**

Este estudo tem como objetivos, primeiramente, relacionar alguns aspectos teóricos do processo de compreensão do discurso com a prática discursiva, especificamente aqueles aspectos que possam explicar a ocorrência de inferências dos interlocutores durante uma negociação comercial.

Ademais, deve-se relacionar a teoria com a realidade discursiva, procurando identificar os tópicos formativos da macroestrutura das negociações de comércio internacional que surgirem no corpus da pesquisa.

Acredita-se que o domínio dos tópicos formativos da macroestrutura das negociações de comércio exterior seja um fator de colaboração tanto para o preparo do profissional das Letras que atua na área de interpretação de língua estrangeira nessa área, quanto para direcionar os tópicos a serem trabalhados nas aulas de língua estrangeira para comércio exterior.

#### **1.4 Estrutura da dissertação**

A pesquisa está organizada em cinco capítulos, os quais se subdividem em seções secundárias.

O capítulo 1 corresponde à introdução do trabalho, apresentando a delimitação do problema e a justificativa. Trata-se de um breve histórico sobre o assunto abordado para análise e o porquê do interesse por parte da autora.

O capítulo 2 compreende o referencial teórico da dissertação. Nele encontram-se as diferentes teorias que deram embasamento à análise, bem como os objetivos do trabalho para com os resultados.

O capítulo 3 comporta a metodologia aplicada à análise. Esse capítulo subdivide-se em oito seções a fim de facilitar a leitura e acompanhamento do trabalho: Introdução, Caracterização geral do corpus de pesquisa, Seleção dos instrumentos de pesquisa, Aspectos a analisar, Dificuldades, Procedimentos analíticos, Sujeitos informantes e Relação entre os comerciantes ou, neste caso, informantes.

O capítulo 4 expõe a análise de dados. Nele são mostrados os episódios em que se organizou o corpus de análise, com uma breve descrição do tópico analisado, seguidos da transcrição, a tradução e a contextualização correspondente a cada um deles.

O capítulo 5 concerne às considerações finais da dissertação.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 A Lingüística Textual e o Modelo Cognitivo**

O modelo cognitivo da lingüística textual é baseado em pressupostos teóricos que fundamentam o seu funcionamento de forma teórica e experimental. Esses pressupostos são diferenciados entre pressupostos cognitivos e pressupostos contextuais (Van Dijk, 2000).

#### **2.1.1 Pressupostos Cognitivos**

Os pressupostos cognitivos fazem referência à estrutura e ao funcionamento mental que permite, entre outras realizações, a compreensão do discurso. Fazem parte deles o pressuposto construtivista, o interpretativo, a conjetura pressuposicional e o pressuposto estratégico.

##### **2.1.1.1 Pressuposto Construtivista**

O pressuposto construtivista supõe que a compreensão de fatos envolva a construção de uma representação mental dos fatos compreendidos (Van Dijk, 2000, p.14). A exemplo disso, pode ser imaginado o caso de um administrador de uma loja e seu gerente. Suponhamos que a empresa é convocada para uma reunião de negócios que irá tratar da importação de um novo produto. Somente o gerente assiste a tal reunião, e logo depois, conversa com o administrador sobre o acontecido. Infere-se que o gerente e o administrador compreendam o acontecido na reunião, passando ambos por um processo de construção na memória da representação mental de tal reunião. Entende-se, porém, que ambas representações mentais não serão idênticas, pois o gerente basear-se-á nos dados lingüísticos e contextuais do fato que

presenciou, enquanto o administrador irá se basear na versão dos fatos comentados pelo gerente. Considerar-se-á que o gerente aciona a memória de curto prazo, trazendo à tona experiências recentemente vivenciadas, com dados visuais e lingüísticos, para explicar ao administrador o acontecido na reunião, ao contrário do administrador que deverá recorrer à representação mental de experiências prévias semelhantes, as quais lhe permitam acompanhar mentalmente o mesmo fato, porém, apenas a partir das informações lingüísticas que recebe do gerente.

Entretanto, ambos passam pelo mesmo processo de construção da representação mental que propiciará a compreensão do fato acontecido. Isso alerta para a necessidade de compartilhar experiências prévias para alcançar a compreensão de um mesmo evento ou fato quando em um diálogo, mesmo em língua materna. Portanto, espera-se que o conhecimento compartilhado seja ainda mais relevante em diálogos em língua estrangeira, pois tais experiências poderão servir de colaboração no processo da representação mental, independente de compreender ou não a totalidade da informação lingüística recebida. Julga-se que as experiências compartilhadas possam colaborar para uma inferência sobre o significado de palavras não conhecidas do vocabulário estrangeiro em uso durante o diálogo.

### **2.1.1.2 Pressuposto Interpretativo**

Paralelamente ao pressuposto construtivista, funcionaria o pressuposto interpretativo. Tal pressuposto explica que, para alcançar a compreensão do discurso, não seria suficiente somente a construção da representação mental dos fatos. Será necessário interpretar os dados recebidos, tanto no papel de ouvinte, no caso do administrador comentado anteriormente, quanto no papel de testemunha, como no do gerente que participou pessoalmente da citada reunião de negócios. Por sua vez, para interpretar qualquer dado ou fato, é importante atribuir significado tanto às informações verbais como àquelas contextuais e gestuais ocorridas

durante a atividade de negociação. Portanto, será imprescindível obter da memória algum tipo de experiência semelhante que conduza a um conhecimento mais geral sobre o assunto que está sendo tratado. Caso contrário, se o assunto for completamente desconhecido, poder-se-á ver comprometida a compreensão, sem dar andamento ao diálogo, em consequência dessa falha no processo de compreensão. Será possível construir uma representação mental significativa somente se existir na mente um conhecimento mais geral a respeito dos acontecimentos tratados no momento do discurso (Van Dijk, 2000, p.15).

Ao mesmo tempo, entende-se que esse processo de interpretação do discurso não constitua nenhum estágio isolado no processo de compreensão deste e, sim, que ocorra simultaneamente ao processo de construção da representação mental dos fatos.

De acordo com esse modelo cognitivo, a compreensão do discurso envolve o processamento e interpretação de informações exteriores e a ativação e uso de informações internas e cognitivas condizentes com o assunto a ser compreendido. Lembrando a simultaneidade dos processos, o de interpretação e o de ativação cognitiva, ocorre aqui uma junção entre eles. A partir dessa junção, esse pressuposto cognitivo é chamado de conjetura pressuposicional.

### **2.1.1.3 Conjetura Pressuposicional**

A conjetura pressuposicional representa a junção dos pressupostos sobre os processos de interpretação de informações externas e a ativação de informações internas ou cognitivas, durante a compreensão do discurso (Van Dijk, 2000, p.15). Tal pressuposto torna-se relevante para este estudo de análise do discurso das negociações comerciais, pois nele poderá estar contida a explicação para as inferências que os participantes do diálogo realizam, mesmo quando não dominam a língua estrangeira em uso durante a negociação.

#### 2.1.1.4 Pressuposto Estratégico

O pressuposto estratégico reafirma que a compreensão do discurso é um processo complexo, no qual uma representação mental na memória é construída a partir do discurso, usando informações internas e externas, acessado estrategicamente, de acordo com o contexto ou a situação (Van Dijk, 2000, p.16).

As informações provenientes de níveis como o morfofonológico, sintático, semântico e pragmático interagem de forma complexa. Isso explicaria porque a interpretação semântica de um enunciado pode ocorrer com uma informação incompleta na sua estrutura de superfície. Uma pergunta como: “Tem horas?” certamente receberá as horas como resposta, e não um simples “sim, tenho!” Ou seja, nem sempre é necessário complementar a pergunta explicando por exemplo “... porque eu gostaria de saber que horas são agora...”. É compreensível a necessidade de saber as horas a partir da primeira colocação.

Com base nesses conceitos, sobre tudo pelo fato de o modelo estar baseado em pressupostos, acredita-se na validade deles para o funcionamento da compreensão do discurso. Conseqüentemente, acredita-se na necessidade do “locutor/compreendedor” em contar com vários tipos de informações, como aquelas sobre o próprio acontecimento durante o discurso, sobre a situação ou contexto e as informações originadas das pressuposições cognitivas, além do conhecimento do vocabulário utilizado na superfície linear do texto da língua estrangeira em uso, todas elas relacionadas de forma estratégica.

“A análise estratégica realizada durante o processo de compreensão do discurso depende das características textuais, dos objetivos, do conhecimento de mundo e da experiência prévia do usuário da língua” (Van Dijk, 2000, p.23).

O leitor ou o ouvinte tentará reconstruir um significado mais próximo aos seus interesses e, ainda, de acordo com suas experiências já ingressas na memória; portanto, o

conhecimento prévio, compartilhado durante o diálogo, volta a aparecer aqui como uma peça fundamental para o bom entendimento no decorrer da negociação, além do conhecimento já mencionado sobre a língua.

## **2.1.2 Pressupostos Contextuais**

Os pressupostos contextuais fazem referência às situações socioculturais em que ocorre o discurso, as quais interferem na sua compreensão. Entre eles, interessa destacar o pressuposto da funcionalidade e o pressuposto pragmático.

### **2.1.2.1 Pressuposto da Funcionalidade**

O pressuposto da funcionalidade exige que o interlocutor construa a representação mental do texto e do contexto social paralelamente durante o processo de compreensão do discurso (Van Dijk, 2000, p.17). Portanto, independentemente do nível de conhecimento da língua estrangeira em uso numa negociação comercial, os participantes poderão inferir dados a partir do contexto social, com base nas suas experiências prévias, originando, com isso, perguntas aparentemente isoladas ou incoerentes ao tópico em andamento. Da mesma forma, o intérprete poderá enfrentar algumas dificuldades de base cognitiva, e, ainda que “conheça” o vocabulário da língua estrangeira utilizada no diálogo, poderá enfrentar problemas na representação mental do fato ou, ainda, poderá apresentar diferenças de conhecimento sobre o contexto social em que o fato ocorre, provocando, assim, alguma falha na compreensão e comprometendo a tradução da língua estrangeira para a materna. Esse pressuposto requer também que o discurso tenha sempre uma função a cumprir referente às circunstâncias situacionais em que ocorre. A partir desse ponto, torna-se relevante o aspecto pragmático do discurso. Através desse aspecto pragmático, o discurso pode ser visto como ato de fala, ou

seja, um ato que se realiza ao proferir um enunciado, atribuído a uma função específica. Para este trabalho, o ato de fala, enquanto função do discurso, poderá ser crucial, tal qual o conhecimento compartilhado, como itens fundamentais e necessários para negociar, além do domínio da língua estrangeira. Juntos explicariam o funcionamento discursivo de atividades conversacionais. Esse conjunto de elementos poderá formar a macroestrutura característica de uma negociação comercial em língua estrangeira.

### **2.1.2.2 Pressuposto Pragmático**

No discurso, o locutor estará sempre fazendo referência a algo ou a algum conceito. Chama-se o fato de compreender a que o locutor está se referindo de compreensão referencial do discurso. A compreensão referencial do discurso dependerá do reconhecimento das funções pragmáticas que esse discurso implica (Van Dijk, 2000, p.17). Nesse momento, torna-se absolutamente necessário o conhecimento de mundo, compartilhado pelo menos parcialmente entre os participantes do diálogo para poder interagir adequadamente. A partir desse ponto, entende-se que, caso o reconhecimento das funções pragmáticas construídas pelo processo do discurso colabore realmente na compreensão referencial, então as diversas colocações realizadas pelos interlocutores mantêm também uma relação pragmática. A relação entre as estruturas lingüísticas da superfície discursiva, insiste-se, é de natureza pragmática, envolvendo uma enorme quantidade de informações implícitas e específicas da realidade conversacional das negociações comerciais em comércio exterior. Por esse motivo, interessa verificar os itens incluídos em uma conversação comercial para entender qual é a preparação ideal do tradutor quanto a sua competência lingüístico-pragmática.

### 2.1.3 Estratégia Geral

O modelo cognitivo parte da idéia de que existe uma estratégia geral, que será decomposta em uma série de estratégias mais específicas, cujo objetivo é a construção de uma base textual. Tal base expressa a representação semântica e mental do discurso ingressante na memória episódica, isto é, a memória que permite reconhecer a situação sobre a qual o discurso se baseia e compreender cada episódio ou momento de um fato (Van Dijk, 2000, p.24).

Do mesmo modo, entende-se que, por meio do modelo episódico, a representação semântica do discurso ingressante é constantemente combinada ao que já sabemos sobre situações parecidas com aquela em andamento. Atua-se como uma espécie de verificação contínua da informação recebida com o que já se conhece sobre o assunto abordado. Nesse caso, a compreensão do discurso depende, de certa forma, da avaliação da base textual em termos de coerência local e global, assim como a avaliação do modelo situacional correspondente. Logo, poder-se-á saber o que o vocabulário utilizado significa conceitual e referencialmente, o que alerta, uma vez mais, para a abrangência do conhecimento que proporciona a competência em língua estrangeira para comércio exterior.

Convém ressaltar, nesse ponto, a importância do sentido do vocabulário em uso, enquanto sentido construído, produzido durante o processo da interlocução de acordo com o contexto e as experiências prévias de cada locutor. É bom lembrar que, quando as pessoas falam, não produzem apenas sentenças formadas por estruturas gramaticais e palavras isoladas, mas que causam efeitos e produzem significado de acordo com o momento e o contexto. Formamos sentenças com algum tipo de função em mente. O conjunto das sentenças enquanto estrutura gramatical, o vocabulário utilizado e as ações ou situações construídas através dessas sentenças irão formar os chamados atos de fala (Austin, 1990), rotulados como

promessas, desculpas, convites, etc., conforme a intenção do locutor ao enunciá-los. Simultaneamente, cada ato de fala será acompanhado das circunstâncias em que ocorre, facilitando ou direcionando sua interpretação.

Por sua vez, cada ato de fala pode ser considerado uma estrutura complexa, formada pelo ato locucionário, o ato ilocucionário e o ato perlocucionário<sup>1</sup>, cuja importância é assegurada pela compatibilidade do conhecimento compartilhado entre as partes presentes em uma mesma negociação comercial e pela familiaridade com a estrutura lingüística superficial utilizada em língua estrangeira. Primeiramente, ocorre o próprio ato locucionário, que é a locução da sentença, formada pela expressão lingüística mais o seu significado. Nesse momento, já é de extrema importância o grau de verbalização e de compreensão da língua estrangeira em uso pois, tendo alguma dificuldade, por exemplo, com o som dessa língua, poderá haver falhas quando for proferido. Logo em seguida, dever-se-á considerar a intenção dessa locução, como foi exposto acima. Cada ato locucionário manifestará um propósito ou uma intenção do locutor a qual é chamada de ato ilocucionário. Este será de extrema relevância quando das negociações comerciais pois, a partir do momento em que toda transação tem um custo financeiro significativo para a negociação, dever-se-á manter plena consciência das conseqüências do acordado durante tal atividade. Uma interpretação equivocada de alguma parte da negociação poderá acarretar custos financeiros inesperados, e, por conseguinte, distorcer os valores acordados, prejudicando a justificativa da negociação. Por último, é relevante também lembrar que o locutor se manifesta sempre com a expectativa de causar um efeito no ouvinte, por meio do ato perlocucionário (Yule, 1996, p.48). A efetivação do ato perlocucionário para ambos os eixos, locutor e ouvinte e vice-versa, levará à seqüência adequada do diálogo, ao acionamento dos mesmos esquemas cognitivos,

---

<sup>1</sup> Caso o leitor deseje aprofundar a temática, poderá consultar as seguintes obras: SEARLE, J. **Os actos de fala**. Coimbra: Livraria Almedina, 1984. Ou ainda: AUSTIN, J. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

permitindo, supostamente, as diversas inferências. Porém, acredita-se que tais inferências irão depender dos “footings” dos interlocutores.

Neste trabalho, “footing” será considerado como o posicionamento de cada um dos locutores perante as situações geradas durante o diálogo (Goffman, apud Ribeiro e Garcez, 1998, p.70). Vale dizer que o ato perlocucionário ou o efeito causado no receptor do discurso poderá depender, entre outros itens, do conceito que ele tenha do item abordado, dos seus interesses, do seu conhecimento prévio, enfim, de vários fatores que fundamentarão uma postura desse receptor para com o discurso que recebe. De acordo com seus interesses e necessidades, o receptor irá se projetar ou se posicionar de uma forma ou de outra, com base no que compreendeu do discurso ingressante na sua memória, constituindo o que alguns autores chamam de “footing”. Julga-se que o conceito de “footing” poderá ser comparado à ótica com que cada um analisa a informação que recebe, e, a partir daí, acionar na mente outros esquemas cognitivos, ainda que dentro de uma mesma macroestrutura da conversação em andamento, ou acionar outros tópicos ainda dentro de um mesmo esquema que o levam a inferir dados e a elaborar perguntas ou comentários aparentemente isolados ou sem relação com o que está sendo dito. Porém, tais inferências serão pertinentes à negociação e constituirão o “movimento” ou o dinamismo do discurso.

São essas inferências que interessam à análise deste trabalho. Interessa identificar qual o conhecimento prévio que embasa as diversas inferências do diálogo da negociação comercial em comércio exterior. Com base nisso, acredita-se que avaliar melhor o processo de compreensão do discurso, como, por exemplo, conhecer os itens formativos do conhecimento compartilhado em uma certa atividade, além do conhecimento da língua estrangeira utilizada durante o ato locutório, possa colaborar no processo de interpretação desse discurso e, em consequência, facilitar a interação.

### **2.1.3.1 Estratégias de Coerência Local**

A coerência local acontece quando as diversas sentenças de uma atividade conversacional denotam fatos de um mundo possível, relacionados ao assunto em andamento em determinada atividade (Van Dijk, 2000, p.28). Durante o processo de compreensão do discurso, poderá desencadear-se estrategicamente a busca de um relacionamento entre essas sentenças ou proposições, permitindo a interação entre os participantes, com suporte na co-referência dos fatos, isto é, na coincidência dos fatos referidos pelos participantes. Essa co-referência estará sustentada, supostamente, pelo conhecimento prévio dos interlocutores, compartilhado durante o diálogo.

### **2.1.3.2 Macroestratégias**

É viável mencionar que as estratégias acessadas no processo de compreensão do discurso constroem conjuntos de proposições ou macroproposições, as quais representarão a estrutura geral ou a macroestrutura discursiva (Van Dijk, 2000, p.30-31). O conhecimento dessa macroestrutura será de absoluta importância para compreender o discurso e, somente a partir desse ponto, alcançar uma tradução significativa do texto que ocorre em língua estrangeira durante as negociações mencionadas. É de se esperar que um dos itens relevantes na macroestrutura discursiva de uma negociação de comércio internacional seja a atualização das informações e a vanguarda sobre a oferta e a demanda do mercado em que se atua. Supostamente, o conhecimento dos fatos que formam a macroestrutura discursiva da negociação sustentará as previsões denotadas pelas inferências manifestas pelos participantes do diálogo, as mesmas que chamaram a atenção da autora da dissertação.

### **2.1.3.3 Estratégias Esquemáticas**

Cada atividade conversacional caracteriza-se por um tópico ou foco de atenção dos participantes que, por sua vez, refere-se a estruturas maiores ou globais, diretamente relacionadas ao texto, porém, nem sempre explicitadas em sua estrutura superficial.

A referência global do texto ou discurso será, de acordo com algumas teorias lingüísticas, organizada hierarquicamente em categorias ou níveis de informação ou de referentes informativos, chamados de esquemas. As estratégias esquemáticas representam a possibilidade de o usuário da língua, seja estrangeira ou materna, identificar os diversos esquemas referidos na conversação, possibilitando que ele acesse as informações cognitivas ou internas que fazem parte do processo de compreensão do discurso, referidas pelos pressupostos cognitivos deste modelo (Van Dijk, 2000, p.30). Embora o processo de compreensão seja considerado “on-line”, isto é, de funcionamento simultâneo das estratégias, imagina-se que as estratégias esquemáticas funcionem com alguma antecedência com respeito à compreensão da língua estrangeira. Com base nisso, acredita-se que possa ser mais eficaz aprender a língua estrangeira das negociações comerciais depois que já se tenha alguma experiência condizente a tal atividade. A experiência prévia poderá colaborar na identificação dos diversos esquemas referidos nos encontros comerciais e “poupará” esforços na identificação de itens que devam ser co-referidos durante um diálogo. Isso alerta para uma diferença que não deve ser ignorada: negociar implica uma atividade, e traduzir outra. Talvez as dificuldades encontradas durante a tradução de algumas negociações, mencionadas na introdução deste trabalho, tenham como justificativa tal diferença.

### **2.1.4 Sistema de Controle Geral**

Um outro aspecto muito importante do modelo cognitivo concerne a seu sistema de

controle geral, que é entendido como um sistema além dos pressupostos cognitivos e dos contextuais, funcionando como umnexo entre ambos. Esse sistema de controle atua no processamento de cada discurso e é alimentado pelas informações gerais, que são, ao mesmo tempo, específicas de cada situação, tipo de discurso, objetivos gerais, pela superestrutura esquemática e pela macroestrutura (enredo\temas) do texto (Van Dijk, 2000, p.25). Cabe lembrar que um dos objetivos desta pesquisa é analisar quais são os tópicos que constituem a superestrutura esquemática nas negociações de comércio internacional. Considerando-se esse objetivo, é relevante obter uma noção mais detalhada do que seja uma superestrutura esquemática e entender a natureza do chamado esquema. Portanto, a idéia de esquema será tratada de forma especial, mais adiante. O sistema de controle geral coordenará o processamento do discurso na memória de curto prazo, ativando e atualizando o conhecimento episódico e o semântico. Concomitantemente, ele coordena as diferentes estratégias, decidindo qual das informações provenientes da memória de curto prazo deverá ser aproveitada ou transferida para a memória episódica. Assim, também o sistema geral de controle ativará os modelos situacionais importantes na memória episódica, realizará buscas eficazes de informações fundamentais na memória de longo prazo, etc. Principalmente, o sistema geral de controle garante que todas as estratégias estejam direcionadas à produção de informações, tais como representações pragmáticas, entre outras representações como as interacionais e contextuais, e sejam compatíveis com os objetivos gerais da compreensão. É provável que o conhecimento da língua estrangeira utilizada para as negociações seja também controlado por esse sistema de controle geral como parte das informações internas ou cognitivas do compreendedor.

Dessa forma, entende-se que modelo cognitivo envolva grandes quantidades de conhecimento episódico, geral e abstrato. De acordo com isso, o rápido acesso e a eficaz recuperação desse conhecimento é fundamental para a compreensão estratégica do discurso

(Van Dijk, 2000, p.25-26). Por sua vez, tal recuperação eficaz será possível somente se o conhecimento estiver bem organizado. Nesse ponto, diferentemente de outras teorias lingüísticas, o modelo cognitivo não apresenta uma única estrutura de representação completa para o conhecimento e, sim, presume que existem várias formas de organização. Porém, convém destacar que essas várias formas de organização do conhecimento devam ser mais “flexíveis” do que os chamados “frames” ou “scripts” defendidos por Goffman (1981) ou Yule (1996).

Entretanto, pode-se aceitar que as formas de organização do conhecimento sejam várias, sendo os esquemas apenas uma delas, de caráter mais cognitivo, até comprovar, em algum momento da ciência, qual é definitivamente a estrutura única de organização caso ela seja uma só.

Por fim, o modelo cognitivo de compreensão do discurso sugere uma provável relação entre as teorias da língua e do discurso e as teorias sociais da interação que explique a compreensão discursiva (Van Dijk, 2000, p.35).

## **2.2 Teoria dos Esquemas**

De acordo com os comentários acima, mostra-se de grande valor tratar da teoria dos esquemas (TE) um pouco mais detalhadamente para entender, por exemplo, o provável funcionamento das estratégias esquemáticas mencionadas.

Durante o ato comunicativo, o ouvinte procura se apoiar no "conhecimento prévio", ou conhecimento de mundo, para acionar os "esquemas" cognitivos globais que irão orientá-lo na compreensão do discurso. Defende-se aqui que para compreender o mundo os indivíduos precisam construir em seu interior uma representação dele. Segundo Bartlett "a compreensão

é o produto da interação entre o conhecimento prévio e determinados dados da realidade". De acordo com essa interação, à qual Bartlett faz referência na compreensão do mundo, em 1932, a linguagem desempenha um papel primordial, pois ela permite a "transferência" de experiências entre os indivíduos. Sendo assim, supõe-se aqui que a análise do discurso de algumas negociações comerciais possa evidenciar, também, qual é exatamente o conhecimento prévio compartilhado nesses eventos conversacionais. Sabe-se que, se alcançado o objetivo de identificar o conhecimento prévio compartilhado nas negociações comércio internacionais, isso poderá servir de guia na escolha dos tópicos a serem trabalhados durante as aulas de língua estrangeira. A identificação do conhecimento compartilhado nesse contexto lingüístico poderá ajudar na escolha das diferentes abordagens a serem trabalhadas com os alunos como, por exemplo, prováveis diferenças socioculturais, formas de importação, geografia, marketing, etc. Supostamente, elas representariam aqueles "esquemas globais cognitivos" mencionados.

Em 1981, Goffman afirmou que nos encontros "face a face", como é o caso das negociações comerciais analisadas neste trabalho, a orientação dada ao discurso, com respeito à situação de interação, é direcionada pelos enquadres acessados durante tal atividade. A partir desse conceito de "dinamismo" do discurso, surge, por parte do mesmo autor, o conceito de "footings".

O conceito de "footing" é entendido como a avaliação feita por cada interlocutor com referência aos tópicos abordados por um determinado discurso. Tal conceito significa, de alguma forma, o que pensa cada interlocutor sobre os diversos itens do assunto em andamento. Neste sentido, o tópico é considerado "tópico de discurso" (ou tópico de conversação) cuja estrutura, que poderá ser ou cognitiva – se baseado nas crenças do locutor –, ou contextual, baseado nas circunstâncias de contexto, é de maior extensão, por exemplo, que o tópico da sentença. O tópico discursivo é mais vago e amplo em abrangência que o

sentencial e, por sua vez, menos abrangente que o esquema, em referência ao seu conteúdo semântico (Van Dijk, 1995, p.195-238).

Em 1979, Goffman introduz o conceito de “footing”, já como um “desdobramento do conceito de enquadre no discurso” (Ribeiro e Garcez, 1998, p.70). Tal conceito refere-se ao “dinamismo do discurso”, dando origem, supostamente, às diversas inferências que surgem durante a conversação, ainda que dentro de um mesmo esquema cognitivo. Sugere-se, então, que os “footings” possam estar relacionados diretamente ao conhecimento compartilhado, à experiência prévia dos locutores, e à capacidade de processamento e de compreensão do discurso desses interlocutores. Com efeito, entende-se que os esquemas são de natureza cognitiva, enquanto os “footings” são mais de natureza sociocontextual. Portanto, o domínio ou conhecimento de todos esses aspectos passam a ser fundamentais como fatores que propiciam o desempenho e a interação durante um diálogo de negociações comerciais em língua estrangeira. Sem dúvida esse desempenho irá exigir algum conhecimento, por parte dos interlocutores, da língua estrangeira utilizada, mas não necessariamente uma proficiência nessa língua. Neste aspecto, tem se observado que os autores Goffman (1981), Gumperz (1982), Firth (1995) e Yule (1996) compartilham a idéia de que ser capaz de interagir implica algum conhecimento compartilhado e, provavelmente, implique um confronto de “footings”, que serão negociados. Em decorrência dessa negociação dos “footings”, o discurso ganha um dinamismo cujos tópicos passam a ser passíveis de previsão, desde que compartilhado o mesmo conhecimento prévio. Tal previsão permite reconhecer algumas seqüências de diálogo que fazem parte do evento conversacional, assim como permite que seja comunicado também aquilo que não é explicitado, porém, compreendido. O exemplo que se dá mais adiante, em noções de pragmática, mostra tal complexidade do processo de compreensão do discurso, pois o falante B compreende que estava se fazendo referência ao mercado cambiário.

Em conclusão, e com base no referencial teórico, acredita-se que a análise de alguns episódios extraídos do diálogo de uma negociação de comércio internacional possa evidenciar quais são, neste caso, os elementos que fazem parte dessa realidade conversacional, pragmaticamente relacionados, além de nos permitir um contato maior com o processo de compreensão do discurso a fim de melhor compreendê-lo enquanto processo cognitivo.

Com base nesse perfil pragmático do corpus de pesquisa, torna-se indispensável obter uma noção sobre a ciência que estuda tais aspectos conversacionais.

### **2.3 Noções de Pragmática**

A Pragmática é uma das ciências que estuda as relações sociais e pode esclarecer o funcionamento das negociações comerciais vistas como atividade discursiva de interação entre comprador e cliente.

A pragmática compreende o estudo do sentido das expressões realizadas pelo falante e/ou escritor e interpretado pelo ouvinte e/ou leitor (Yule, 1996, p.4). Conforme Van Dijk (1995, p.245), a Pragmática é uma análise sólida dos atos de fala, o que, explicado em outras palavras e de forma muito geral, faz referência à análise daquilo que as pessoas comunicam, ou tentam comunicar, por meio de seus enunciados. Um estudo pragmático envolve a interpretação das expressões em um determinado contexto e como este interfere no que é dito. Ela requer a consideração de como os falantes organizam suas falas ou enunciados de acordo com o público-alvo, lugar, momento e circunstâncias dadas. A análise pragmática explora, necessariamente, como os ouvintes podem realizar inferências sobre o que é dito, e alcançar a interpretação do significado em questão, a qual nem sempre acontece e, a partir daí, ocorrem as falhas da comunicação entre os locutores. A Pragmática explora, ademais, de que forma grande parte do que não é dito é reconhecido como parte do comunicado. Por exemplo, um

lojista que sempre viajou a negócios na mesma data, em um momento de alta do dólar e instabilidade do mercado financeiro comenta:

\_ “Precisaria viajar e repor mercadoria, mas por enquanto não posso fazer isso”.

Logo em seguida, um dos funcionários da loja (A) que estavam junto a ele, alega:

A: \_ "É mesmo! Não tem espaço na sua agenda para viajar ao exterior agora”.

Enquanto que o funcionário B lhe pergunta:

B: \_ "Será que o dólar vai continuar subindo?”

O lojista não deu resposta ao funcionário A e continuou o diálogo com o assunto da alta do dólar. Nesse caso, acredita-se que o funcionário B está sendo mais pragmático que o outro. Supostamente, no momento em que B interpretou o enunciado do lojista com referência aos problemas atuais do mercado financeiro, ele acionou o mesmo esquema de conhecimento que o lojista. Nesse momento, a realidade do mercado financeiro toma parte do conhecimento compartilhado por ambos, o lojista e o funcionário B. Isso permitiu a seqüência do diálogo sem mais explicações, mesmo que esse item do conhecimento, o mercado financeiro, não tenha sido mencionado. Entretanto, a seqüência com A ficou comprometida a ponto de não ter continuidade, embora também fosse coerente à realidade do lojista.

Como se percebe, a pragmática questiona, segundo Yule, o que determina a opção entre o dito e o não dito, sendo que a resposta é, fundamentalmente, vinculada à noção de distância. Supostamente, o falante deverá se preocupar com o quanto o seu ouvinte conhece sobre o que será dito. Porém, nas negociações comerciais, observou-se que isto não ocorre pois cada locutor supõe que o outro entende do assunto, ou seja que o ouvinte não faz parte de um público distante. Neste sentido concorda-se com Yule quando afirma que "a proximidade, seja física, social ou conceitual, implica experiência compartilhada" (1996, p.3). Tal

experiência compartilhada, que permite ao falante determinar o quanto precisa ser dito é o que interessa investigar nesta pesquisa, com referência às negociações comerciais. Daí seu caráter pragmático-cognitivo.

Porém, nela, focalizam-se as negociações de comércio internacional e elas não foram ainda especificadas ou comentadas em detalhe. Esse comentário, realizado a seguir, esclarece e identifica a negociação comercial frente ao amplo espectro das negociações.

## **2.4 Negociação Comercial**

A negociação, desde que observada como momento de resolução de problemas, encontra-se na maioria das atividades que o homem pratica diariamente em contato com a sociedade (Firth, 1995, p.3-11). As diferentes tomadas de decisões podem ser consideradas algum tipo de negociação, pois o ser humano permanece em busca de um equilíbrio social, das melhores opções profissionais e pessoais, dos resultados favoráveis, etc. Pode-se dizer que interage em constante negociação com o meio e o próximo. Assim, passa, por exemplo, por negociações de uso de direitos, de papéis político-sociais, de paz internacional e individual, de valores financeiros e até mesmo da própria identidade, embora, às vezes, essa negociação não seja perceptível como tal no exato momento em que ocorre.

É possível distinguir, de modo geral, duas grandes classificações concernentes à negociação: uma como evento interacional e outra como atividade interacional, ambas com base discursiva, nas quais a linguagem é fator preponderante de comunicação. A negociação classificada como evento, ou mais especificamente, como evento formal, é aquela que segue um processo protocolar de passos para ser realizada, iniciando pelo agendamento dos encontros entre as partes interessadas, redação de atas durante esse encontro, e, quando bem sucedida, culmina com a assinatura de declarações, acordos, leis, etc. A negociação como

evento formal geralmente envolve a mídia e exige conhecimento do que constitui um comportamento apropriado, sob o ponto de vista sociocultural, para com as partes a negociar (Firth, 1995, p.6). Como exemplo da negociação considerada evento formal temos, atualmente, todos os encontros políticos internacionais realizados em prol de uma resolução para os conflitos entre o Oriente e os Estados Unidos depois dos atentados terroristas de 11 de Setembro de 2001.

Por outro lado, existe a negociação como atividade de tomada de decisões sociais. Nesse tipo de negociação, são tomadas decisões sobre problemas substanciais no interior de cada grupo social, isto é, daqueles significativos para as partes interessadas dentro de um subgrupo social tais como podem ser os de professores, médicos ou comerciantes. Portanto, tal atividade escapa à atenção da mídia e, de um modo geral, aparece como extremamente discreta aos olhos da sociedade, quase despercebida por aqueles que não fazem parte da realidade daquele subgrupo social (Firth, 1995, p.6-7). Por exemplo, uma reunião de professores pesquisadores com autoridades responsáveis pelo apoio do governo às bolsas de iniciação científica pode ser absolutamente ignorada por comerciantes, ainda que da mesma localidade, e vice-versa. A partir dessa realidade, às vezes, tal atividade nem sequer é chamada de negociação e, sim, de encontro ou reunião, embora o que realmente aconteça seja uma negociação de idéias, conceitos, termos e prazos, ou valores e produtos.

Diferentemente da negociação como evento formal, a atividade de negociação pode ser concebida como uma ocorrência de rotina para os participantes e, portanto, implica outros cuidados ou conhecimentos que não são tão abrangentes como aqueles socioculturais mencionados nos requisitos para o evento de negociação formal. Contudo, não deixam de ser produtivas algumas características próprias dos integrantes de uma atividade de negociação como, por exemplo, alguns hábitos culturais, idioma, formas de negociar e posição econômica ou sociopolítica dos participantes.

Com base nisso, pode-se ressaltar outra diferença importante entre o evento de negociação e a atividade de negociação. Enquanto o evento de negociação segue as formalidades discursivas, de estilo epitético (como exemplo disso considere-se os discursos de abertura de sessões solenes internacionais), a atividade de negociação respeita também uma seqüência discursiva que compreende desde as apresentações até o diálogo, porém implica um processo discursivo próprio, com variáveis dependentes da categoria social dos negociadores, objeto ou conceito do negociado, de menor duração em tempo e, discursivamente, menos formal que o evento (Firth, 1995, p.7). Na atividade de negociação, basta a apresentação formal dos participantes para iniciar o diálogo que logo focalizará o produto em questão.

Entretanto, nesse leque de negociações como atividade de resolução de interesses entre apenas duas partes integrantes, este estudo tratará da negociação com fins comerciais, chamada de negociação concreta, de compra e venda de produtos, observada como processo comunicativo, avaliando as dimensões interacionais e pragmáticas da linguagem em uso. Tratar-se-á da negociação como atividade discursiva e interacionalmente construída em situações reais, a qual deverá ser lembrada como único foco de atenção daqui em diante. Analisar-se-á como ocorrem os processos discursivo e interpretativo da negociação. Interessa entender a estrutura lingüística e os processos que permitem a interação conversacional sob o ponto de vista dessa realidade comunicativa, com base na observação de encontros de atividade de negociação comercial entre exportadores e importadores de mercadoria dos Estados Unidos para o Uruguai, sendo sempre observada tal atividade como momento de uso da linguagem em processo de interação e considerando essa negociação um “microcosmo” (Firth 1995, p. 301-302) de múltiplas características de interação social a serem descobertas e examinadas. Nessa realidade, aspectos como o contexto, o significado, o explícito e o implícito dos enunciados, as interpretações e os esquemas interacionais, entre outros, são

relevantes para a análise textual do discurso; logo, serão considerados à luz das teorias abordadas no referencial teórico.

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 Introdução**

O presente capítulo apresenta uma descrição dos aspectos metodológicos, detalhando quais foram os passos seguidos desde a coleta de dados até sua análise. De acordo com a diversidade de aspectos a ser considerada na metodologia, decidiu-se subdividir o conteúdo e, assim, facilitar a sua leitura e compreensão.

### **3.2 Caracterização geral do corpus de pesquisa**

O corpus é constituído por gravações de diálogos autênticos de negociações comerciais em comércio exterior, gravados em fita cassete. Essas negociações foram realizadas durante um evento denominado International Association of Airport Duty Free Stores (IAADFS) que ocorre anualmente nos Estados Unidos. É uma convenção internacional para associados ao sistema de livre comércio ou Duty Free Shop, independente de estarem localizados em aeroportos. Tal evento tem o intuito de reunir comerciantes e lojistas desse sistema para mostrar produtos novos e comercializá-los via importação e exportação no mercado internacional.

No caso desta pesquisa, realizou-se todo o processo correspondente para realizar os encontros comerciais, desde o contato preliminar, via correio eletrônico ou fax para agendar os encontros, até o acontecimento do próprio encontro. Entretanto, na análise, é observado unicamente o momento em que ocorre o diálogo com a negociação sobre a compra e venda de algum produto, durante o encontro dos comerciantes. Isso não inclui a fase preliminar da

negociação, como agendamentos de datas para entrevistas, pedidos e confirmação de reuniões, etc., que, aliás, poderiam ser alvo de análise, considerando já existir algum tipo de negociação. Porém, não estão em conformidade com o foco de interesse do estudo.

Cabe ressaltar ainda que a gravação dos diálogos foi realizada com a prévia autorização de todos os participantes.

### **3.2.1 Seleção dos instrumentos de pesquisa**

Os diálogos gravados foram ouvidos e selecionados pela mestrandia com o fim de selecionar os episódios mais significativos para a análise, nos quais aparecem marcas lingüísticas expressivas aos propósitos da pesquisa. Foram, pois, selecionados os episódios que apresentavam evidências sobre a importância do conhecimento compartilhado durante o processo de compreensão do discurso, bem como aqueles que manifestavam algum sinal de concordância com os tópicos abordados no referencial teórico do trabalho no que se refere ao processo de compreensão do discurso. Em seguida, um dos diálogos selecionados foi transcrito, com uma numeração específica para cada enunciado de cada episódio. Dessa forma, facilitar-se-á a identificação de cada um deles durante a análise de dados. Ao mesmo tempo, respeitaram-se as regras de transcrição da Lingüística Textual (Marchuschi, 1998, p. 9-13), dentre as quais foram selecionadas as seguintes: utilização de iniciais para os nomes dos informantes (V, C, I); minúsculas em início de turno; marcação de colchete simples abrindo a sobreposição de vozes ([]); indicação de pausa com sinal de “mais” entre parênteses (+); marcação de dúvida entre parênteses (); utilização de uma barra no registro de truncamentos bruscos (/); uso de maiúscula quando alguma palavra foi pronunciada com ênfase; emprego de dois pontos (:), ou mais pontos para indicar alongamento de vogais (::), parênteses duplos para comentários da analista (()); aspas duplas correspondentes ao ponto de

interrogação(“); aspa simples correspondente à vígula (‘) e, por último, usaram-se reticências no final da transcrição (...), indicando que o diálogo continua, porém não interessa a essa análise.

A transcrição do diálogo em anexo representa o conjunto de dados lingüísticos escolhidos para análise, sendo essa a forma de transcrição que se considerou mais adequada para o trabalho.

### **3.2.2 Aspectos a analisar**

Dessa forma, procura-se relacionar a teoria sobre o processo de compreensão do discurso com a prática discursiva, buscando, fundamentalmente, evidenciar o papel do conhecimento compartilhado nesse processo. Por outro lado, interessa também identificar e listar os tópicos discursivos, constituintes desse conhecimento específico das negociações comércio internacionais. É conveniente levantar quais os campos de conhecimento que devem ser atingidos para acompanhar o conhecimento compartilhado pelos negociadores durante uma atividade de compra e venda em comércio exterior. Acredita-se que quanto maior seja o “acervo” cognitivo do intérprete referente à negociação, maior será o suporte fornecido ao processo de compreensão do discurso, facilitando a compreensão da língua estrangeira em uso durante as negociações comerciais. Em resumo, no que se refere aos aspectos a serem analisados na pesquisa, mostram-se oportunos os itens constitutivos do conhecimento compartilhado nas negociações de comércio internacionais, além de verificar sua importância durante o processo de compreensão do discurso.

### **3.2.3 Dificuldades**

A maior dificuldade encontrada durante o trabalho diz respeito à diversidade de aspectos plausíveis de análise encontrada no corpus. O texto fornece múltiplas opções de abordagens, como o modo de discurso, estratégias de venda, formas de tratamento entre os locutores, relações de poder, etc. Porém, é de particular interesse a identificação e levantamento dos itens constitutivos do conhecimento compartilhado pelos comerciantes, tais como mencionados anteriormente.

### **3.2.4 Procedimentos analíticos**

Em virtude da hipótese sobre a obrigatoriedade de compartilhar os mesmos esquemas cognitivos durante uma atividade comercial de negociação para garantir o sucesso de entendimento, optou-se por mostrar primeiramente episódios do corpus nos quais, devido à compatibilidade do conhecimento compartilhado pelos locutores, a compreensão ocorre com sucesso. Paralelamente, vale mostrar, além disso, algum episódio em que a compreensão do discurso sofre alguma falha, a fim de identificar a natureza dela. Depois de efetuada a relação entre os conceitos teóricos sobre o processo de compreensão do discurso e a prática discursiva, apresentar-se-ão os tópicos formativos do conhecimento compartilhado encontrados durante a análise do corpus.

## **3.3 Sujeitos informantes**

Os informantes deste trabalho são os comerciantes que participaram do encontro comercial mencionado (IAADFS), cujos diálogos foram selecionados para fonte de análise. Essas pessoas são, de um lado, o proprietário de uma loja de Free Shop, situada na fronteira

do Chuy – Uruguai, no papel de comprador. Este é de nacionalidade uruguaia e utiliza a língua nativa, o espanhol, tanto para as negociações quanto para a comunicação cotidiana. Na transcrição dos diálogos, esse informante aparecerá registrado como “C”, que corresponde a inicial da palavra “comprador”. Do outro lado, participa do diálogo um representante do produto procurado, que atua no papel de vendedor, registrado nos diálogos como “V”, o qual parece ser de nacionalidade americana e utiliza o inglês para negociar. A partir do fato de os negociantes utilizarem idiomas diferentes para as negociações, surgiu o interesse, por parte do comprador, de contar com os serviços de interpretação do inglês durante as diversas visitas e encontros de negócios agendados durante a IAADFS, como exposto anteriormente. Assim, originou-se a participação da pesquisadora como intérprete do comprador, registrada nos diálogos como “I”, que trabalhou com o inglês e o espanhol concomitantemente, durante todo o evento.

### **3.3.1 Relação entre os comerciantes**

Cabe ressaltar que, nesse encontro dos comerciantes, o funcionamento do discurso viu-se afetado por algumas particularidades do momento pelo qual o mercado financeiro estava passando. Normalmente, a relação entre o comprador e o comerciante expressava algum grau maior de formalidade como, por exemplo, o agendamento antecipado do encontro com o prazo de, no mínimo, um semestre. Caso contrário, não se encontrava mais vaga para as entrevistas com as empresas mais procuradas, como os perfumistas de grifes internacionais mais famosas.

Do mesmo modo, observou-se no discurso do vendedor alguma evidência da necessidade de abrir novos mercados para os seus produtos, independentemente de quantidade de compra, o que não acontecia antigamente. Até o ano de 1998, era notória a preferência por

mercados financeiramente mais significativos que o da América Latina, pois as dificuldades encontradas, tanto para marcar os encontros quanto para realizar compras menores a “containers” fechados, eram enormes. Atualmente, essas dificuldades se viram diminuídas, seja por um maior interesse no mercado latino ou por exigências menores em relação à quantidade de compra. Sob o ponto de vista lingüístico desses encontros, é interessante destacar a mudança no funcionamento do discurso com base nas diversas crises do mercado financeiro; porém, não é o objetivo do presente trabalho. No que tange à relação atual entre os comerciantes, cabe ressaltar que é de interesse mútuo entre americanos, asiáticos e uruguaios, independente de quantidade de compra. Lingüisticamente, esse interesse ou respeito pelo mercado latino evidencia-se em um discurso carregado de marcas lingüísticas a favor da negociação como, por exemplo, um constante reforço positivo por parte do vendedor referente à plausibilidade dos embarques de produtos asiáticos a partir dos Estados Unidos, sendo que há algum tempo, interessavam-se só em grandes somas de compra. Entretanto, esses aspectos de análise mereceram ser levantados apenas como curiosidade notada durante os diálogos, mas não como aspectos a ser analisados nesse trabalho, pois enquadrar-se-iam em um estudo das macroestruturas das negociações comerciais, constituídas dos macro atos de fala de vender e comprar, respectivamente, que, neste caso, não são alvo da pesquisa em andamento.

## 4 ANÁLISE DE DADOS

### 4.1 Introdução

Neste capítulo, mostrar-se-ão alguns episódios do diálogo selecionados para análise, com os comentários correspondentes a cada um, em concordância com as teorias abordadas no referencial teórico do trabalho.

Referente à organização dos episódios analisados, decidiu-se mostrar, na primeira parte da análise de dados, aqueles episódios em que a compreensão do discurso acontece de forma normal e adequada ao bom andamento de um diálogo. Em um segundo momento, mostrar-se-á algum episódio do diálogo no qual o desencadeamento do discurso sofre algum tipo de falha. Pretende-se identificar os fatores que influenciaram tal falha.

Selecionou-se um número de 10 episódios ao todo, considerando-o suficiente para evidenciar o papel do conhecimento compartilhado na compreensão do discurso das negociações de comércio internacionais.

A análise de cada episódio será precedida de três itens: (1) breve descrição do tópico analisado; (2) transcrição do episódio e (3) tradução e contextualização. Cabe lembrar que o diálogo para a análise está transcrito com uma numeração específica para cada enunciado a fim de facilitar a sua identificação. Assim, lembra-se também que houve utilização de iniciais para mencionar os informantes: V para vendedor, C para comprador e I para intérprete. O sinal de (+) significa pausa; há marcação de dúvida entre parênteses (); há utilização de uma barra no registro de truncamentos bruscos (/); aspas duplas significam ponto de interrogação (“”) e aspa simples corresponde à vírgula (‘).

## **4.2 Análise e interpretação dos dados**

### **4.2.1 Episódio n. 01**

#### **4.2.1.1 Tópico**

Evidências de uso de estratégias esquemáticas para a compreensão do discurso.

#### **4.2.1.2 Transcrição**

11 - I: /... / we're interested in two items of yours (+) they're FUJI and RED BULL.

12 - V: ok (+) and (+) this is for DUTY FREE distribution”

13 - I: yeah’

#### **4.2.1.3 Tradução**

11 - I: /... / estamos interessados em dois dos seus itens (+) Seria Fuji e Red Bull

12 - V: certo (+) e (+) é para distribuição em Duty Free”

13 - I: sim’

#### **4.2.1.4 Análise do episódio**

Nesse momento, a intérprete e o vendedor estão falando sobre quais os produtos que interessam importar dos Estados Unidos para o Uruguai. A pergunta no enunciado n.12 implica algumas condições específicas na forma de venda e no valor do produto. Por um lado existe a necessidade de o vendedor confirmar se o produto solicitado será vendido em sistema de free shop, e não no mercado comum interno do país destinatário. Isso acontece, no mínimo, por duas razões. Se o produto em negociação for vendido no mercado interno, poderia já existir um distribuidor dele, desse mesmo produto, no Uruguai. Neste caso, o distribuidor deve ser respeitado, e esse mesmo produto só pode ser comprado desse distribuidor, dentro do Uruguai. Caso o produto não seja comprado para vender em sistema de free shop, deverão ser respeitados os valores referenciais marcados pelos respectivos países, onde se incluem

impostos de importação. Por essa razão, o preço de custo de cada produto comprado para vender no mercado interno é mais alto que o valor negociado para venda em sistema de free shop. A partir daí, é esperado que exista muita procura por artigos livres de impostos para baixar custos ou evitar o pagamento de taxas de importação pelos lojistas, mesmo quando da não disponibilidade do sistema de free shop para trabalhar a venda de suas mercadorias.

Linguisticamente, pode se destacar que, somente a partir da confirmação do enunciado n.13, sobre qual o sistema em que vai ser comercializado o produto, o vendedor consegue prosseguir o diálogo, encaminhando um valor ou uma lista de preços correspondentes à negociação do Red Bull para o Uruguai, desenvolvendo uma seqüência lógica à conversação e em concordância com os interesses de ambas as partes. Além disso, pode se realçar que, nesse trecho do diálogo, a grande maioria das informações são de caráter implícito, envolvendo dados sobre o mercado de comercialização do produto em questão, nesse caso o Red Bull, além de dados referentes à importação e exportação que as partes negociadoras supostamente conhecem. Com base nas informações internas do comprador, surge a pergunta do enunciado n.12, liderando um grande número de outras possibilidades e detalhes a questionar. Porém, o vendedor “escolheu” aquela pergunta que definirá um comportamento, o mais adequado a essa negociação, e não outro que o encaminhará para uso de informações incorretas, ou enganos nos valores do produto, ou nas transações de embarque e desembarque, etc. É conveniente lembrar que os dados implícitos na pergunta do vendedor são de natureza pragmática, assim como sua postura frente à situação poderá ser inserida no conceito de “footing”. A natureza pragmática desses dados descarta a necessidade de que eles apareçam de forma explícita na superfície textual, pois fazem parte do conhecimento compartilhado pelas partes que dialogam. Referente à importância de conhecer e compartilhar esses dados entre os locutores, defende-se que os implícitos, neste caso, são mais significativos que o domínio do vocabulário utilizado na superfície linear do texto se esse

mesmo vocabulário fosse considerado de forma isolada. Ademais, é lícito salientar que as palavras utilizadas não denotam nenhuma dificuldade de compreensão, mesmo para aquele ouvinte que não possua amplo conhecimento da língua inglesa. As palavras “duty”, “free” e “distribution” são praticamente de domínio geral, de certo conhecimento ou familiaridade de falantes e não falantes de inglês. Elas são consideradas estrangeirismos advindos do processo de globalização desses últimos anos. É de se esperar que, no momento em que a intérprete respondeu afirmativamente à pergunta do vendedor, no enunciado n.13, ela não somente compreendeu a linearidade gramatical do vocabulário em língua estrangeira, como também lançou mão do mesmo esquema cognitivo do vendedor, acessando várias informações internas ou cognitivas que lhe indicaram a preferência por uma resposta positiva naquele momento. Ocorre, então, um processo simultâneo de funcionamento de estratégias como, por exemplo, as esquemáticas, a que o modelo cognitivo de processamento da compreensão do discurso faz referência na suposição da estratégia geral. Não se deve esquecer de que a estratégia geral permite a construção da base textual e esta promove a representação semântica e mental do discurso ingressante na memória episódica. Nesse momento do diálogo, o funcionamento da estratégia geral permitiu reconhecer a situação sobre a qual o discurso se baseia.

## **4.2.2 Episódio n. 02**

### **4.2.2.1 Tópico**

Presença e negociação de “footings”

### **4.2.2.2 Transcrição**

14 - V: yeah” (+) Ok’ Let me do (+) ah, (+) first I’ll give you this Fuji films and Fuji batteries are so connected (+) so I’m going to give you the two objects prices also/

15 - I: ok” (+) so:: (+) how do you work it” (+) ah (+) directly ”

#### 4.2.2.3 Tradução

14 - sim” (+) bom’ deixe me ver (+) ah, (+) primeiro vou lhe mostrar esses filmes Fuji junto com as pilhas Fuji (+) e depois os valores também

15 - está bem” (+) mas:: (+) como você trabalha essa mercadoria” (+) ah (+) diretamente”

#### 4.2.2.4 Análise do episódio

Neste episódio, surge outro aspecto interessante do corpus de pesquisa. Nele, evidencia-se o caráter dinâmico do discurso, em função dos “footings”, de natureza contextual, dentro de um mesmo esquema cognitivo.

Observe-se o corte brusco realizado por parte da intérprete no final do enunciado n.14, ao introduzir uma pergunta que, aparentemente, não estaria relacionada ao comentário em andamento por parte de vendedor. No entanto, essa pergunta é absolutamente adequada à negociação. Nesse momento, não se trata da interpretação de uma pergunta originada pelo comprador, conforme o esperado, para somente, depois, ser repassada ao vendedor em língua estrangeira. A intérprete aciona um tipo de atropelamento no processo para interpretar a negociação. Ocorre, portanto, uma aceleração do processo da negociação, descartando os passos normais de interpretação<sup>2</sup>. Passa-se direto ao ponto que interessava, restringindo o diálogo a dois participantes, o vendedor e a intérprete. Entende-se que a essa mudança de papel de intérprete para negociador é possível somente na presença de um conhecimento prévio referente à negociação, que permita compartilhar com o vendedor o mesmo esquema cognitivo e, ainda, inferir dados implícitos no discurso. Acredita-se que, a partir do momento

---

<sup>2</sup> Consideram-se passos normais de uma atividade de interpretação de língua estrangeira para língua materna a seqüência em que o intérprete recebe a língua estrangeira, interpreta-a e, em seguida, realiza a versão ou tradução para o seu cliente.

em que a intérprete passa a ser negociadora também, o interesse pela negociação passa a ser relevante, provocando uma postura perante tal negociação. Existe uma diferença significativa entre uma mercadoria trabalhada diretamente e outra trabalhada via importador. Desenvolve-se, então, toda uma cadeia de informações decorrente do uso daquele tópico específico, e não de outro. É importante insistir que é, a partir do momento no qual surge a necessidade de saber se o produto será comercializado sem intermediários, que estão em mente as duas realidades possíveis dessa negociação: ou é importado de forma direta, partindo do vendedor nos Estados Unidos, com destino à loja do comprador, ou, indiretamente, via importador. Uma terceira pessoa, neste caso já no Uruguai, compraria o produto do vendedor e, depois, o enviaria para o comprador na loja. Entretanto, essa terceira pessoa, o importador, teria um custo sobre os seus serviços que iria interferir no valor final do produto quando vendido na loja, aumentando, assim, o preço para o consumidor final, que é o cliente da loja. Essa alta de preço final iria diminuir as chances de venda e de rotação dessa mercadoria. Assim, essa deixaria de ser uma negociação favorável ao comprador. Interessa notar que esse fato já era, provavelmente, do conhecimento da intérprete, pois se evidencia algum desinteresse sobre o assunto em andamento quando daquele corte no enunciado 14. Discursivamente, volta-se a destacar aqui a importância do conhecimento de mundo e do conhecimento compartilhado entre os locutores, de forma paralela ao domínio da língua estrangeira, como ferramentas necessárias para a negociação. De acordo com o pressuposto construtivista do modelo cognitivo de compreensão do discurso, tal pergunta, que é aparentemente isolada, tem como base uma representação mental do fato em andamento no diálogo, que, por sua vez, é constituída por um conjunto de experiências prévias, iguais ou, no mínimo, semelhantes às do vendedor. Somente a partir dessa representação mental do fato ocorre a continuidade da conversação, independente da aparente incoerência da linearidade superficial do texto/discurso. Trata-se, pois, da flexibilidade em respeito à mudança ou alternância de

“footings” dentro de um mesmo esquema cognitivo global, neste caso, de importação e exportação de mercadoria. Os “footings”, vistos como a postura de cada locutor, aparecem de forma diferente nesse episódio, isto é, enquanto uma parte se projeta para uma melhor oferta de seus produtos, a outra está interessada no sistema de comercialização, muito significativo para o comprador. Não é senão o pragmatismo dos “footings” que estão em funcionamento simultâneo à estrutura cognitiva do esquema, como mencionado no referencial teórico. Ao mesmo tempo, esse episódio comprova um dos itens que constituem o conhecimento compartilhado nas negociações comerciais, que interessava levantar na análise. É, com efeito, o custo financeiro das transações de importação e exportação de produtos internacionais interferindo na negociação.

### **4.2.3 Episódio n. 03**

#### **4.2.3.1 Tópico**

Negociação com base no conhecimento compartilhado

#### **4.2.3.2 Transcrição**

15 - I: ok” (+) so:: (+) how do you work it” (+) ah (+) directly ”

16 - V: well’ for example’ we actually have some rooms where we sell people we can sell’ you know”/

17 - I: in fact we just have these products in our store and we’ve being working with Fuji for a long time’ but mainly we’re trying to compare costs /

#### **4.2.3.3 Tradução**

15 - I: está bem” (+) mas:: (+) como você trabalha essa mercadoria” (+) ah (+) diretamente”

16 - V: bom’ agora por exemplo’ temos algumas lojas onde vendemos para as pessoas que podem comprar’ sabe” /

17 - na verdade nos já temos esses produtos em nossa loja e trabalhamos com Fuji há um bom tempo<sup>3</sup> mas queríamos principalmente comparar preços

#### **4.2.3.4 Análise do episódio**

Nesse episódio, estava sendo negociada a compra de produtos Fuji com embarque nos Estados Unidos – Miami. Por essa razão, interessava saber acerca da sua forma de comercialização, dentro das diversas formas existentes para esta concretizar-se. Surge, por conseguinte, a pergunta do enunciado n.15. Como resposta à pergunta realizada no enunciado n.15, era de se esperar uma afirmativa mais direta por parte do vendedor. Entretanto, obteve-se uma resposta implícita. Esta, contida no enunciado n.16, conta, supostamente, com a compreensão do cliente. Os dados lingüísticos fornecidos na estrutura de superfície encaminham o ouvinte a entender que a empresa vendedora de produtos Fuji exerce uma forma de vender Fuji como produto de exportação, ainda dentro dos Estados Unidos, em pontos de venda que mantêm as condições de negociação do mercado interno.<sup>3</sup> Mas deve-se entender também que não é qualquer cliente ou qualquer pessoa que pode comprar nesses pontos de venda, e, sim, aqueles que apresentarem documentação habilitada à compra. Acredita-se que seja esse o motivo do uso do verbo modal “can” no enunciado n.16. Ele indica que a venda é realizada àqueles clientes habilitados, com documentação que comprove a retirada da mercadoria do país. Em contrapartida, ao se observar a reação da intérprete, poder-se-á notar que existe uma resposta afirmativa, de valorização do comprador, referente à antiguidade de negociações por parte desse lojista com o produto.

Essa valorização toma o lugar de qualquer outra explicação sobre quem são as pessoas que podem comprar os produtos Fuji, como foi topicalizado no comentário do

---

<sup>3</sup> Pode ser comprada qualquer quantidade, não necessariamente containers fechados, com o mesmo custo de exportação: sem as taxas do mercado interno.

vendedor. Supostamente, esse tipo de informação já é de domínio de ambas as partes, o que pode ser identificado como conhecimento compartilhado desse momento. Porém, quando do corte em defesa do comprador, abriu-se um espaço para um outro tópico dentro do mesmo esquema global: passou-se do perfil de um provável cliente para a confirmação de alguém que já é cliente da marca. Supõe-se que, para estruturar a reação da intérprete, transcrita no enunciado n.17, houve o auxílio tanto do conhecimento compartilhado pelos locutores, que conheciam quais as condições necessárias típicas de um comprador para ser comprador Fuji, como também foi necessário acessar algumas informações internas, de estrutura e funcionamento gramatical da língua inglesa, significativamente representadas pelo verbo modal “can”, que, naquele momento do discurso, significou uma certa seleção dos candidatos a cliente. Convém esclarecer que o pressuposto interpretativo do modelo cognitivo da Linguística Textual poderá dar conta da explicação de tal episódio. Segundo tal modelo, para a compreensão do discurso, não seria suficiente apenas a construção da representação mental dos fatos representados pelo discurso em andamento, mas também interpretar os dados recebidos, atribuindo significado às diferentes informações, neste caso específico, às verbais, expressadas através do verbo “can”, no enunciado n.16. Entretanto, devemos lembrar que o processo de interpretação dos dados recebidos pelo compreendedor não é um estágio isolado dentro do processo de compreensão do discurso, e, sim, que essa interpretação marca um passo simultâneo ao processo de construção mental do fato. Logo, dada a simultaneidade das fases do processo de compreensão do discurso, isto é, a interpretação dos dados externos ou lingüísticos e a ativação de informações internas, evidencia-se, no texto, o funcionamento da conjectura pressuposicional exposta pelo modelo cognitivo de compreensão do discurso. É notável, ademais, que tal conjectura pressuposicional originou a inferência da intérprete quando da defesa do comprador (enunciado n.17) como pessoa habilitada a negociar tais produtos, dentro das condições impostas pela empresa vendedora.

#### **4.2.4 Episódio n. 04**

##### **4.2.4.1 Tópico**

Evidências do funcionamento do pressuposto interpretativo de compreensão do discurso

##### **4.2.4.2 Transcrição**

17 - I: in fact we just have these products in our store and we've been working with Fuji for a long time' but mainly we're trying to compare costs /

18 - V: will be buying containers”

##### **4.2.4.3 Tradução**

17 - I: Na verdade nos já temos esses produtos na loja e temos trabalhado com Fuji por um bom tempo, mas queríamos comparar valores

18 - V: seriam comprados containers”

##### **4.2.4.4 Análise do episódio**

Esse diálogo expressa um corte no andamento da sua linearidade, realizado pelo vendedor, através do enunciado No. 18. Nesse corte, a intérprete expressa uma curiosidade normal de acordo com a sua função nas negociações como a “IAADFS”. O enunciado n.18 pode ser referido como a representação do entendimento do enunciado que o antecede. Note-se o enunciado n.17 enquanto ato de fala, cujo ato ilocucionário corresponde à intenção de defender o comprador como um cliente de certa trajetória nas negociações com a Fuji. O enunciado n.18 ganha um caráter de resposta positiva e de garantia de aceitação do cliente como tal. Com a pergunta do enunciado n.18, a aceitação do comprador como mais um cliente Fuji passou a ser um fato, compreendido por ambas as partes negociadoras, o vendedor e a intérprete, sem a necessidade de explicitar qualquer afirmação mais detalhada quanto a esse ponto, em termos verbais. Porém, junto à interpretação desse fato, deverá ter se desenvolvido

um processo mental, de atribuição de significado à informação verbal recebida pela intérprete, para ocorrer a compreensão do “aceite” do seu cliente. Ao mesmo tempo, deverá ter sido acionada a memória episódica dos dois negociadores, com base em algum tipo de experiência prévia semelhante, os quais alcançaram um conhecimento mais geral sobre o item que estava sendo negociado e, por fim, chegaram a um “acordo” implícito sobre a categoria do comprador enquanto cliente Fuji, “habilitado” a comprar nesse momento e lugar. Cumpre frisar que esse episódio revela um dos momentos em que mais se evidencia a co-referência dos esquemas cognitivos acessados pelos integrantes de uma mesma atividade discursiva, assim como evidencia a negociação dos “footings” junto à ativação e uso de informações internas, permitindo a plena compreensão dos fatos. Torna-se fundamental alegar, ainda, a simultaneidade dos processos de interpretação e o de ativação cognitiva, de funcionamento “on line”, de acordo com modelo cognitivo de compreensão do discurso, representando a conjectura pressuposicional, isto é, a junção de ambos processos. Soma-se a isso que essa compreensão alcançada e compartilhada pelos negociadores irá sustentar o processo que ocorre a seguir, no próximo momento do diálogo, analisado no episódio n.5.

#### **4.2.5 Episódio n. 05**

##### **4.2.5.1 Tópico**

A discursividade enquanto ato de fala nas negociações comerciais

##### **4.2.5.2 Transcrição**

18 - V: will be buying containers”

19 - I: let me translate him’

20 - V: ok

21 - I: dónde estás comprando Fuji”

#### 4.2.5.3 Tradução

18 - V: comprariam containers”

19 - I: permita-me traduzir-lhe

20 - V: tudo bem

21 - I: onde estás comprando Fuji”

#### 4.2.5.4 Análise do episódio

Deve-se sublinhar que o locutor se manifesta com a expectativa de causar um efeito no ouvinte, neste caso específico, na intérprete e no comprador. Visto dessa forma, o enunciado n.18 será considerado uma estrutura complexa cujo ato perlocucionário irá sustentar o procedimento da intérprete registrado no enunciado 21, que é aparentemente inadequado e ocupa o lugar da suposta tradução do n.18. Saliente-se que não ocorre a relação esperada de tradução entre esses dois enunciados, o 18 e o 21. O enunciado n.21 não traduz o n.18 como previsto através do n.19. Essa realidade poderá ser entendida, numa primeira leitura do texto, como alguma falha no andamento do discurso ou, visto sob outros aspectos, poderá também ser encarado como uma falha quanto aos valores da ética da tradução. Entretanto, esse enunciado n.18 representa a alternativa encontrada “automaticamente” pela intérprete em prol dessa negociação para evitar fornecer uma resposta negativa e contraproducente a tal processo. Nesse momento do diálogo, entende-se que, com base fundamentalmente no conhecimento prévio, referente tanto ao potencial de compra do seu cliente, que não compraria por “container” segundo os interesses do vendedor, pois este prefere vender por “container”, daí porque a intérprete conduziu a conversação para um outro aspecto, por meio de uma mudança de tópico. Apesar disso, ainda é mantido o assunto dentro de um mesmo esquema global, referente à negociação dos produtos Fuji. Esse desvio na tradução, ao mesmo tempo em que poderá ser catalogado incompatível com o enunciado “original”, poderá ser considerado, neste caso, uma evidência do papel do conhecimento

prévio com a negociação e, ainda, uma evidência do funcionamento da estratégia geral proposta pelo modelo cognitivo de compreensão do discurso. De acordo com a estratégia geral de compreensão do discurso será ativado um processo cognitivo, identificado como modelo episódico, o qual supõe que a representação semântica do discurso ingressante, aquele que ouvimos, é constantemente combinada ao que já sabemos sobre situações parecidas com aquela em andamento. Exige-se, dessa forma, a vivência de outras experiências, além da especificamente lingüística de domínio do vocabulário em língua estrangeira se fora utilizado na superfície linear desse enunciado como vocabulário isolado. Alerta-se, com isso, para a complexidade da atividade de interpretação de língua estrangeira em negociações comerciais.

#### **4.2.6 Episódio n. 06**

##### **4.2.6.1 Tópico**

O pressuposto da funcionalidade em relação às inferências

##### **4.2.6.2 Transcrição**

23 - I: he means that he uses to buy in (+) ah (+) over here in the United States' and he usually consolidates in Miami

24 - V: you use to buy from Fuji or from common sellers"

25 - I: cuando compras en Miami' en donde" Representantes de Fuji"

26 - C: no' no son representantes

27 - I: they're some dealers

28 - V: but not Fuji direct"

29 - I: no Fuji directo"

30 - C: no' no...

#### 4.2.6.3 Tradução

23 - ele compra (+) ah (+) aqui nos Estados Unidos e geralmente consolida em Miami

24 - costuma comprar da Fuji ou de revendedores”

25 - quando você compra em Miami’ onde’ representantes de Fuji”

26 - não’ não são representantes

27 - são alguns revendedores

28 - mas não Fuji direto”

29 - não Fuji direto”

30 – não’ não...

#### 4.2.6.4 Análise do episódio

De acordo com o pressuposto da funcionalidade do processo de compreensão do discurso, junto à compreensão, é construída uma representação mental do texto e do contexto social no decorrer do discurso. Essa representação mental permitirá ao compreendedor inferir dados além daqueles que aparecem explicitamente na superfície discursiva. No presente episódio, aparecem alguns sinais que indicam o processo de construção mental do vendedor sobre o contexto do cliente, ativando um esquema cognitivo mais abrangente do que a linearidade superficial dos enunciados, ou seja, além do que é dito, que lhe permite inferir sobre a capacidade logística do seu comprador. O enunciado No.24 pode ser interpretado de várias formas. Embora haja sinais mais adiante, no diálogo, que descartam quaisquer outras interpretações, dando preferência à intenção de se informar sobre o suporte logístico do comprador, faz-se referência ao embarcador, ao depósito ou “ware house”, à empresa transportadora, etc.

Ainda de acordo com o pressuposto da funcionalidade o discurso também pode ser visto como ato de fala, pois terá sempre uma função a cumprir referente às circunstâncias situacionais em que acontece. Analisado desde o aspecto da função que cumpre, estarão sendo

observados os aspectos pragmáticos do discurso, com referência à função específica atribuída nesse momento discursivo. Nesse episódio, as circunstâncias dadas mostram que, na condição de comprador de revendedores, seria pouco provável que esse cliente tivesse uma estrutura logística pronta. Geralmente, quando se compra em revendedores, estas são moderadas e se aluga um serviço de embarque para a retirada da mercadoria de origem até a loja destinatária, o que origina um certo custo financeiro. Nesse caso, é comum que esse custo seja acrescentado ao valor da compra, somado ao valor de custo da mercadoria, aumentando o preço final do produto, principalmente quando cada revendedor utiliza um embarcador diferente, no qual cada um colocará suas taxas adicionais nas faturas da compra. Além desse acréscimo no custo, o fato de o comprador não estar logisticamente preparado, gera uma dinâmica estressante em torno à retirada da mercadoria do país de origem, que, geralmente, interfere de forma negativa na negociação. Entretanto, se o comprador dispor de uma estrutura “própria” poderá, entre outras coisas, comprar em diferentes fornecedores e consolidar a mercadoria<sup>4</sup>. A consolidação dos produtos oferece muitas vantagens como a diferença favorável no custo de embarque, além de segurança e, sobretudo, agilidade de negociação. Com tal estrutura própria, o comprador passa a ser um cliente mais “interessante” que sem ela. Porém, nada dessa realidade aparece na superfície textual. São muitas informações internas, de caráter cognitivo, que interferem na construção da representação mental dos interlocutores, originando inferências a partir do pragmatismo do discurso em andamento.

## **4.2.7 Episódio n. 07**

### **4.2.7.1 Tópico**

Papel do “footing” em relação ao esquema global

---

<sup>4</sup> Consolidar aqui significa reunir todas as compras em um único embarque.

#### 4.2.7.2 Transcrição

31 - I: so' as I told you' he consolidates in Miami' and we'd /

32 - V: do you have a forwarder and a warehouse in Miami''

33 - I: YEAH' We do

34 - V: we actually have a warehouse and a forwarder in Miami too (+) So' we can sell you both products' the Red Bull is an example of Panama' (+) I mean its warehoused and forwarded from Panama (+) but Fuji is in Miami and we can be small quantities LTL\_container' you know'' Or a couple of pallets' a couple of cases' which items you' decide

35 - I: ok' let me translate him

36 - I: no necesitas trabajar container cerrado' porque ellos tienen embarcador EN Miami

37 - C: o sea que estos precios ya son/

38 - I: en MIAMI (+) y eso es precio FOB Miami y te puede conseguir la cantidad que quieras' pocos pallets' lo que sea' que no es la misma situación de Red Bull (+) Red Bull tiene FOB Panamá

#### 4.2.7.3 Tradução

31 - I: como eu disse ele consolida em Miami e nos/

32 - V: você tem um embarcador e um depósito em Miami

33 - I: SIM

34 - V: atualmente temos um depósito e um embarcador em Miami também (+) então podemos vender-lhe os dois produtos o Red Bull é um exemplo de Panamá (+) é armazenado e embarcado desde Panamá (+) mas Fuji está em Miami e podem ser pequenas quantidades container LTL sabe ou um par de palets um par de caixas os itens que você decidir

35 - I: certo me permita traduzir-lhe

36 - I: não precisas trabalhar container fechado porque eles têm embarcador EM Miami

37 - C: ou seja que esses preços já são/

38 - I: em Miami (+) e isso é preço FOB Miami e pode conseguir a quantidade que desejares poucos palets ou o que seja que não é a mesma situação de Red Bull (+)  
Red Bull tem FOB Panamá

#### **4.2.7.4 Análise do episódio**

Pode observar-se que toda a tradução realizada pela intérprete está concentrada no enunciado 36; porém, ela não corresponde literalmente a todo o enunciado em língua estrangeira anteriormente mencionado. Trata-se de uma tradução livre por parte da intérprete, direcionada aos interesses principais do seu cliente, o comprador, com referência às condições e quantidade de compra. Sublinhe-se aqui a interferência dos objetivos da intérprete enquanto parte da negociação, projetando o seu "eu" na interpretação do discurso em língua estrangeira. De acordo com o pressuposto estratégico de compreensão do discurso, entende-se que, nesse momento, reconstruiu-se o significado mais próximo aos interesses do comprador, em um processo amparado por algum tipo de conhecimento prévio, que permitiu à intérprete resumir a informação e selecionar apenas o que lhe interessava. Se buscarmos uma relação entre a tradução realizada e o exposto na língua estrangeira, estaria mais relacionada ao não dito, ou seja, à informação implícita, que ao enunciado propriamente dito. Essa interpretação do não dito implica, entre outras coisas, o acesso às informações cognitivas e o domínio do esquema cognitivo que está sendo acessado nesse momento do diálogo, juntamente ao conhecimento da língua estrangeira. Além desses componentes, aparece como peça fundamental desse episódio a certeza dos objetivos traçados para a negociação. O conjunto desses itens irá comprometer a postura da intérprete, que, a essa altura do diálogo, participa como parte interessada na negociação. Tal comportamento ou postura referente à interpretação da língua estrangeira, e a escolha sobre o direcionamento do discurso representam os "footings" do discurso, enquanto parte dinâmica dele, e enquanto desdobramento do esquema global que está sendo acessado, além de representar o posicionamento do ouvinte perante o discurso ingressante na sua

memória episódica, neste caso, no sistema cognitivo da intérprete. Evidenciam-se aqui os diferentes aspectos de uma tradução de língua estrangeira como, por exemplo, a relação entre o conhecimento prévio e os “footings” desse discurso, somados ao conhecimento do vocabulário utilizado em língua estrangeira, na superfície de texto.

Cabe ressaltar também o papel da intenção de ambas as partes negociadoras, que desencadeia a negociação dos “footings”. Observe-se que o vendedor intensifica sua capacidade de venda a partir de Miami, pois sabe que, de acordo com o contexto, essa situação poderá ser favorável ao cliente e gerar alguma venda. As suas estratégias de venda estão, nesse momento, direcionadas para aqueles produtos de fácil negociação, como os Fuji, e, a partir de sua realidade e interesses, o vendedor encaminha o discurso para o item Fuji. Esse não é, no entanto, o único interesse do comprador e, por conseguinte, a intérprete retoma o item Red Bull, direcionando o discurso para um tópico diferente da existência em si do produto, passando a se interessar pelo seu transporte e seu preço, como pode se observar nos enunciados 37 e 38. A estratégia geral do processo de compreensão do discurso supõe que a representação semântica do discurso ingressante, aquele que se recebe, é constantemente combinada ao que já se sabe sobre situações parecidas com aquela que está sendo vivenciada e, neste caso, é de conhecimento de quem atua nessa área que a importação desde o Panamá irá interferir negativamente no preço do produto. Discursivamente, classifica-se esse momento do diálogo como modelo episódico. Evidencia-se nesse diálogo que a garantia da informação ingressante permite reconhecer o significado conceitual e referencial do vocabulário em língua estrangeira utilizada nesse modelo episódico. O acesso às estruturas cognitivas internas permitiu negociar alguns implícitos ocorridos durante o processo da interlocução, por meio do reconhecimento do conceito do vocabulário utilizado e do reconhecimento da situação à qual o vendedor fazia referência quando da venda a partir do Panamá, sustentado pelos “footings” parciais.

## 4.2.8 Episódio n. 08

### 4.2.8.1 Tópico

Falha no processo de compreensão

### 4.2.8.2 Transcrição

51 - C: QUE vencimiento tiene”

52 - I: what about its expiration”

53 - V: the expiration on sodas’ 2 years

54 - C: no es como la cerveza”

55 - I: it’s not like beer”

56 - V: NO’ NO’ It’s a soda’ It’s an energetic drink

### 4.2.8.3 Tradução

51 - C: QUE vencimento tem”

52 - I: qual o seu vencimento”

53 - V: o vencimento das sodas’ 2 anos

54 - C: não é como a cerveja”

55 - I: não é como a cerveja”

56 - V: NÃO’ NÃO’ É uma soda’ É uma bebida energética

### 4.2.8.4 Análise do episódio

Como pode ser observado no enunciado número 56, ocorreu uma falha de compreensão entre os locutores. O enunciado 56 seria a resposta à pergunta elaborada no enunciado número 55. Essa resposta, ao contrário, não é adequada à pergunta realizada, pois não se estava fazendo referência à classificação da bebida enquanto sua espécie, e, sim, ao período de tempo pelo qual é válido o produto enquanto produto perecível. Referia-se ao prazo de validade do Red Bull. Se acompanharmos a seqüência dos enunciados desde o 51 ao

56 parece claro que a pergunta é direcionada ao prazo de validade. Entretanto, surge, nesse momento, uma falha no processo de compreensão, por parte do vendedor, o qual passa a ser relevante para a análise.

De acordo com o pressuposto interpretativo do modelo cognitivo de compreensão do discurso, seria necessário interpretar os dados recebidos quando no papel de ouvinte ou leitor, atribuindo-lhes um significado, além de construir, mentalmente, uma representação dos fatos referidos, em um processo simultâneo. Neste caso, o vendedor atribuiu à pergunta do enunciado 55 um significado diferente daquele atribuído pela intérprete e pelo comprador. O vendedor usou outro referente quando do seu processo de compreensão referencial, distinto do referente utilizado pela intérprete. Ele empregou como referente a categoria e o sabor da bebida em questão, enquanto a intérprete referia-se ao prazo de validade. Nos casos em que um dos locutores atribui um referente distinto à representação mental de um mesmo fato, é ocasionada uma falha no estágio de co-referência dos fatos aludidos durante o diálogo, afetando um dos fatores indispensáveis para o processo de compreensão entre os interlocutores, seja em língua estrangeira ou materna. A co-referência deve acontecer em algum momento do diálogo, apesar de não ser mantida obrigatoriamente por todo o discurso. Ao contrário disso, os referentes poderão ser modificados para originar o dinamismo esperado de uma interlocução, constituindo, assim, os diversos tópicos abrangidos por um mesmo esquema global, ou até mesmo, de um outro esquema diferente, conforme o dinamismo discursivo da atividade em andamento. Além do aspecto interpretativo desse episódio, evidencia-se a relação pragmática que ocorre entre as sentenças do diálogo, pois, a não ser pela seqüência deste, pode se julgar correta a interpretação do vendedor já que a pergunta não explicita em momento algum que o referente seja o prazo de validade do produto em questão. As estruturas lingüísticas da superfície discursiva mantêm uma relação pragmática que pode ser identificada quando da compatibilidade do conhecimento prévio dos interlocutores e da

sustentação da co-referência dos fatos. Isso ocorre paralelo ao acionamento de todas as estratégias específicas que compõem a estratégia geral, responsável pela representação semântica e mental do discurso ingressante na memória episódica, através da construção da base textual, que, por sua vez, colabora com a verificação do que já sabemos sobre o assunto. Assim, se um desses fatores falharem, mesmo mantendo todos os aspectos necessários para a interlocução em língua estrangeira, com fins comerciais, a compreensão do discurso e o andamento do diálogo ver-se-ão afetados. Neste caso, foram afetados por uma falha do processo interpretativo. Isto comprova a complexidade do processo de compreensão do discurso, alertando para a abrangência de domínios necessários para tal compreensão, em conjunto com o conhecimento da língua estrangeira utilizada para a atividade discursiva em geral, além das negociações de comércio internacionais.

#### **4.2.9 Episódio n. 09**

##### **4.2.9.1 Tópico**

Funcionamento da conjectura pressuposicional

##### **4.2.9.2 Transcrição**

57 - I: there are the prices for container' these for cases' for can

58 - V: yes' for example' in the United States it's about two dollars retail' and in Cancun and Cozumel for example it's for about three dollars a can' RETAIL

59 - I: and do you know what about Brazil?"

60 - V: Brazil? I'm sure it's over three' I'm sure it's over two or three dollars

61 - I: over two or three dollars?"

62 - V: YEAH' If you order it inside the club' it's five dollars' At the discos /

63 - I: ok' how do you expose it in the store?"

#### 4.2.9.3 Tradução

57 - I: esses são os preços por container'esses por engradado' por lata

58 - V: sim' por exemplo' nos Estados Unidos está em volta de dois dólares no varejo' e em Cancun e Cozumel por exemplo está em volta de três dólares a lata'  
VAREJO

59 - I: e você sabe a quanto está no Brasil''

60 - V: Brasil' tenho certeza de que está acima dos três ' tenho certeza de que está acima de dois ou três

61 - I: acima de dois ou três dólares''

62 - V: SIM' se você o pedir em um clube' está a cinco dólares' nas discotecas/

63 - I: está bem' como é exposto na loja''

#### 4.2.9.4 Análise do episódio

No diálogo acima estava sendo analisado o preço de venda do Red Bull, bebida energética de origem americana, nos diferentes mercados de consumo, com o objetivo de obter uma informação mais ampla por parte da intérprete sobre os mercados onde o produto circulava. Dessa forma poder-se-ia obter informações que permitissem comparar a rotatividade do Red Bull com o que seria o seu mercado, na fronteira do Uruguai com o Brasil, onde seria vendido tal produto caso a negociação fosse realizada. Entretanto, junto à informação sobre o Red Bull, surgem dados lingüísticos relevantes para o comprador, referentes à credibilidade do vendedor, fator de extrema importância para as negociações comerciais. O foco de atenção desse episódio é o enunciado número 60 o qual funciona como resposta ao enunciado 59. Este, por sua vez, está relacionado ao anterior e nele questiona-se o preço de venda desse energético ao público no Brasil. Trata-se de uma curiosidade justificada por parte dos compradores visto que tal produto seria revendido na fronteira com o Brasil. Por isso, havia necessidade de preços competitivos para garantir sua rotação. Em termos de credibilidade da informação oferecida pelo vendedor, o enunciado número 60 inicia-se com

marcas lingüísticas que denotam certeza. Essas marcas passam ao comprador certa segurança e confiabilidade para a negociação em aberto. Porém, ainda no mesmo enunciado, aparece a conjunção “ou”, marcando uma alternativa entre dois valores de venda. No entanto, tal alternativa é absolutamente incoerente em termos de negociação. A diferença entre dois e três dólares é muito significativa em questão de valores de compra por atacado e não poderá ser tratada de forma estimativa quando há necessidade de números exatos. Com o pressuposto interpretativo do modelo cognitivo de compreensão do discurso, defendia-se que, para compreendê-lo, além de uma representação mental dos fatos, seria necessário atribuir significado aos dados verbais e contextuais presentes nesse discurso. Neste caso, o significado atribuído pela intérprete e pelo comprador é de fundamental importância para a negociação. A partir da atribuição de significado do enunciado 60, encaminhar-se-á a negociação propriamente dita do produto como resposta positiva às informações recebidas, ou as mesmas informações servirão de motivo para desistência da compra. A junção dos processos de interpretação das informações exteriores ou lingüísticas e a ativação de informações cognitivas levaram a entender tal enunciado como uma simples estratégia de venda, sendo ela carente de credibilidade. Através da representação mental do fato, ou seja, de uma provável negociação sem solidez nos valores de custo do produto negociado, é atribuído um significado negativo às informações recebidas, por sua vez, contraproducente ao diálogo em andamento. Essa representação mental e significativa dos fatos é fundamentada no conhecimento prévio dos interlocutores, que, igualmente, é integrante de um “conhecimento mais geral a respeito dos acontecimentos tratados no momento do discurso”, o qual permite identificar a inconveniência de tal negociação nesses termos de incerteza. Evidencia-se nesse momento do diálogo a importância da conjectura pressuposicional enquanto momento cognitivo do discurso da negociação comercial para com a efetivação da compra. A partir da interpretação das informações externas e da ativação das informações internas foi possível compreender esse

discurso e catalogá-lo como parte de uma negociação inconveniente aos interesses do comprador. Em decorrência da interpretação dos compradores, o diálogo passa por uma mudança de tópico a fim de completar a informação e, logo adiante, é encerrado com o devido fechamento de agradecimentos, mas não é realizada a compra.

#### **4.2.10 Episódio n. 10**

##### **4.2.10.1 Tópico**

Co-referência de fatos com base na compatibilidade do conhecimento compartilhado

##### **4.2.10.2 Transcrição**

63 - I: ok' how do you expose it in the store''

64 - V: marketing image you mean''

65 - I: YEAH

66 - V: on the simplest way (+) for example' it's depending on/

67 - C: cómo la Labatt''

68 - V: yes, it's right

that's one electric like soda's cabins (+) It's much better to sell it cold

((comentário sobre algumas formas de apresentação do produto))

##### **4.2.10.3 Tradução**

63 - I: certo' como você o expõe na loja''

64 - V: apresentação você quer dizer''

65 - I: SIM

66 - V: da forma mais simples (+) por exemplo depende /

67 - C: como a Labatt''

68 - V: sim, correto

é uma cabine elétrica como as das sodas (+) é muito melhor vendê-lo frio

#### 4.2.10.4 Análise do episódio

O presente episódio trata da forma como é apresentado o Red Bull nas lojas em que é comercializado: marketing do produto. A apresentação de um produto é um dos fatores que colaboram para sua venda. Tal aspecto merece atenção principalmente por parte do comprador devido a tamanha importância. No aspecto lingüístico, cabe ressaltar a presença e o funcionamento do conhecimento prévio dos interlocutores para a justificativa da efetivação do processo de compreensão do discurso, dada de forma perfeita nesse momento. Observe-se o enunciado n.67. Na sua linearidade superficial consta uma pergunta simples, comparando o Red Bull, produto em negociação, com a Labatt, que é uma outra bebida em lata, porém, bem diferente, pois é uma cerveja, e não um energético. Entretanto, não houve nenhum engano quanto à resposta do vendedor, que não somente respondeu, mas também explicou com detalhes a apresentação do seu produto, confirmando a compreensão adequada à pergunta da intérprete. Apesar de haver várias formas de apresentar um produto na loja, por exemplo, em forma de degustação, ou exposição na prateleira, ou em ilhas<sup>5</sup>, etc., o vendedor compreendeu qual a forma referida pela intérprete através da comparação do enunciado 67. Provavelmente, esse episódio seja um dos que mais evidencia a adequação do modelo cognitivo da Lingüística Textual (Van Dijk, 2000) ao funcionamento do processo de compreensão do discurso, na conversação acima, em língua estrangeira. De acordo com os pressupostos cognitivos do citado modelo, a compreensão de fatos envolve a construção mental dos fatos compreendidos, a qual necessita obter da memória alguma informação proveniente de experiências prévias que permitam acompanhar cognitivamente o fato em questão. No exemplo citado ambos os locutores passaram pelo mesmo processo de construção mental para alcançar tal compreensão. Houve uma co-referência dos fatos, com base na compatibilidade do conhecimento compartilhado dos interlocutores, colocando em prática as

estratégias de coerência local a que o modelo de compreensão do discurso faz referência. Sugerem-se fatos de um mundo possível, relacionados ao assunto em andamento. Além da forma de apresentação do produto, houve também uma atribuição de significado à pergunta da intérprete, considerando que tal preocupação demonstra atualização em estratégias de venda, pois a exposição de bebidas em geladeiras que acompanham a própria forma da bebida segue um dos padrões mais modernos de publicidade. A pergunta do enunciado 67 expressa, entre outros aspectos, conhecimento e atualização por parte do comprador e da intérprete, cujo significado também foi alcançado pelo vendedor e, a partir de tal interação, escolheu esse subtópico dentre as estratégias de marketing. Pode-se considerar de igual forma que está em funcionamento o pressuposto estratégico de compreensão do discurso pois há uma interação complexa de informações de níveis como o semântico e o pragmático, que permitiram o acesso a informações internas dos participantes do diálogo em perfeita harmonia com o tópico em andamento. Sucede, nesse momento, a interpretação semântica de um enunciado “incompleto” na sua estrutura superficial. No enunciado 67, não está explicitado o tipo de apresentação do produto, em cabine elétrica ou geladeira, em forma de lata, com as cores do produto, etc.; porém, é compreendido e esclarecido na resposta do enunciado 68. Torna-se evidente o funcionamento do pressuposto pragmático através do qual estruturas lingüísticas da superfície discursiva, que envolvem informações implícitas, relacionadas pragmaticamente, são compreendidas pelos interlocutores sem necessidade de explicitação. Defende-se que esse episódio poderá servir de amostra explicativa do funcionamento da estratégia geral do modelo cognitivo de compreensão do discurso, em que a representação semântica do discurso ingressante é comparada ao conhecimento prévio dos locutores, em combinação ao conhecimento do vocabulário da linearidade do enunciado em língua estrangeira, permitindo a compreensão do discurso.

---

<sup>5</sup> Chama-se ilha à exposição de mercadoria no meio do local de comércio, por onde circula o público. Em lojas de Free Shop, a utilização da ilha é muito comum para a exposição de perfumes e bebidas.

## 4.2 Conclusão da análise de dados

Para a realização da análise e a interpretação dos dados foram utilizados 10 episódios, selecionados a partir do diálogo escolhido para corpus da pesquisa. Tal análise seguiu uma ordem de apresentação a fim de manter a organização do trabalho. Cada episódio precedeu-se de uma sucinta descrição do tópico em análise, da transcrição e da tradução do inglês e do espanhol, que foram as línguas estrangeiras utilizadas durante a negociação.

O objetivo desse capítulo foi analisar os dados do corpus da pesquisa para relacionar os conceitos teóricos que fundamentam o processo de compreensão do discurso com a prática discursiva das negociações comércio internacionais.

Assim, também, procurou-se evidenciar a importância do conhecimento compartilhado entre os interlocutores para com o sucesso do processo de compreensão do discurso.

A partir das constatações sobre o papel do conhecimento compartilhado com o processo de compreensão do discurso, procurou-se, ainda, evidenciar qual o conhecimento que suporta as inferências realizadas pelos integrantes dessa negociação.

Com as evidências sobre o conhecimento compartilhado entre os interlocutores, buscou-se identificar e listar os tópicos constitutivos de tal conhecimento, cujo comentário constitui o capítulo a seguir.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 5.1 Introdução

Esta dissertação de mestrado procurou analisar o discurso das negociações comerciais em comércio exterior, à luz do modelo pragmático-cognitivo de compreensão do discurso da Lingüística Textual (Van Dijk, 2000). Além do embasamento teórico da Lingüística Textual, foi utilizado também o subsídio de alguns aspectos teóricos de outras ciências como a Psicolingüística, a Sociolingüística Interacional e a Pragmática. Contudo, interessava, especificamente, analisar os aspectos cognitivos de funcionamento do processo de compreensão do discurso em língua estrangeira, particularmente, de inglês e espanhol, utilizadas para as negociações de comércio internacionais, enquanto atividade conversacional de base discursiva.

O intuito, fundamentalmente, foi conhecer melhor o funcionamento do processo de compreensão do discurso e, com esse fim, relacionaram-se alguns aspectos teóricos que fundamentam tal processo com a prática discursiva. Escolheu-se como tal prática discursiva um diálogo de negociação de comércio internacional, gravado e transcrito para fins analíticos. Pretendia-se encontrar, no corpus de pesquisa, evidências em relação à teoria sustentada pelo modelo pragmático-cognitivo da Lingüística Textual. A partir das evidências encontradas, tentou-se identificar o papel do conhecimento compartilhado pelos interlocutores, especificamente, a relação do conhecimento compartilhado com as inferências por eles realizadas. Além disso, buscou-se identificar os tópicos que constituem a macroestrutura conversacional de algumas negociações comerciais, considerando tais tópicos áreas de conhecimento abrangidas por uma conversação de negociação em comércio exterior.

Este capítulo apresenta, então, as constatações surgidas da análise de dados, separadas entre o que se refere em especial às constatações sobre o funcionamento do processo de compreensão do discurso, como aspectos discursivos, e, por último, o resultado do levantamento dos tópicos constitutivos da macroestrutura conversacional, organizados por áreas de abrangência, conforme os objetivos do trabalho.

## **5.2 Aspectos discursivos**

Após efetuar a pretendida relação entre os pressupostos teóricos do modelo pragmático-cognitivo de processamento da compreensão do discurso (Van Dijk, 2000), constatou-se que, apesar de o modelo ser apresentado em caráter experimental (Van Dijk, 2000 p.14), ele confere plausibilidade para com a prática discursiva analisada e passa a ser defendido aqui como fundamentação teórica de tal processo. Mesmo em caráter experimental do modelo, tanto os seus pressupostos cognitivos quanto os contextuais satisfazem as interrogantes sobre o processo de compreensão do discurso, em particular sobre a origem das inferências realizadas pelos interlocutores durante o diálogo. Assim, também os mesmos pressupostos serviram de instrumentos para evidenciar alguns itens constitutivos da macroestrutura conversacional da negociação em análise.

Foi possível constatar que a experiência prévia de cada interlocutor, tanto do comprador quanto do vendedor e da intérprete, constitui o conhecimento compartilhado durante a atividade de negociação comercial. Tal experiência permite-lhes a construção de uma representação mental dos fatos a partir dos dados lingüísticos que recebem na locução em língua estrangeira. Embora esta tenha sido utilizada para a negociação e fosse de conhecimento das partes negociadoras, em grau suficiente para permitir a interação, o sucesso no processo de interação está fundamentado nas experiências compartilhadas. A experiência

de cada interlocutor como comerciante ou negociador admite uma representação mental dos fatos denotados durante o diálogo, o que funciona em concordância com o pressuposto construtivista do modelo pragmático-cognitivo, facilitando o acesso aos mesmos esquemas cognitivos, nas mesmas circunstâncias situacionais para todas as partes integrantes da conversação. Nesse momento, de ação conjunta dos aspectos cognitivos e dos contextuais, o termo esquema poderá ser considerado sinônimo de enquadre.

Verificou-se, ademais, que a experiência prévia dos interlocutores permite interpretar os dados lingüísticos da interlocução, colaborando para a interpretação dos dados, além da sua construção da representação mental. Tal experiência constitui o conhecimento compartilhado pelos interlocutores e, a partir dele tornou-se possível atribuir um significado adequado às informações verbais e contextuais surgidas na atividade de negociação analisada.

Foi significativa, fundamentalmente, a atribuição de significado com o vocabulário estrangeiro em uso, que encaminha para a compreensão e a interação das partes negociadoras, e foge ao conhecimento da língua pela língua, dependendo mais da experiência prévia em comercio exterior, de natureza pragmática, do que do domínio do vocabulário em língua estrangeira, como parte explícita do discurso, se considerado de forma isolada. Trata-se da competência por parte dos interlocutores em termos de adequação do discurso ingressante na memória episódica ao contexto situacional em que transcorre a conversação, em favor da compreensão de tal discurso.

Ainda com referência à representação mental dos fatos denotados durante o diálogo de negociação, considera-se que a representação será significativa e condizente aos dados lingüísticos recebidos na negociação somente a partir de um conhecimento mais abrangente a respeito dos acontecimentos tratados em cada momento ou episódio do discurso. Tais dados, como conjunto de tópicos, formarão a macroestrutura conversacional, referida no início da dissertação. Por sua vez, considera-se que esses conhecimentos são construídos a começar

pela prática em atividades de negociação, assim como pela experiência de vida na área adequada a cada papel social, contribuindo na interpretação de macroestruturas de outros discursos diferentes ao das negociações de comércio internacionais. Há de se enaltecer, nesse momento, as idéias de Bartlett, em 1932, considerado pioneiro na definição de compreensão: “A compreensão é o produto da interação entre o conhecimento prévio e determinados dados da realidade”. Também se pode considerar a compreensão como a interpretação de informações externas e a ativação de informações cognitivas ou internas, pragmaticamente relacionadas e acessadas de forma estratégica de acordo com as condições situacionais. Portanto, defende-se, além disso, o modelo pragmático-cognitivo de processamento da compreensão do discurso com a idéia de que exista uma estratégia geral que, baseada em outras estratégias específicas, permita a construção da representação mental dos fatos que aludimos durante uma atividade conversacional. A estratégia geral permite a representação semântica do que observamos, ouvimos ou lemos, com a correspondente atribuição de significado, de acordo às circunstâncias contextuais ou ao episódio da atividade em andamento e em combinação com o conhecimento adquirido previamente por meio de experiências semelhantes, de forma simultânea ou *on-line*. Somente com base no conhecimento compartilhado, constituído por experiências prévias dos interlocutores, o discurso ingressante, aquele que ouvimos, poderá ser combinado ou comparado ao que já se sabe sobre o assunto em andamento durante uma atividade discursiva, neste estudo, de negociação comércio internacional, numa espécie de checagem da informação recebida. Por meio do conhecimento prévio, em termos de negociação comercial, identificar-se-á o significado conceitual e referencial dos enunciados, possibilitando o acesso aos devidos esquemas cognitivos por parte de todos os interlocutores. Por conseguinte, acredita-se que, dessa forma, abre-se espaço para as diversas inferências e para o “dinamismo” do discurso da negociação, o qual, por sua vez, será direcionado de acordo com os “footings” dos

interlocutores: de acordo com a postura de cada um em referência ao tópico em andamento, dentro da macroestrutura que representa o diálogo em geral. No caso da atividade de interpretação ou de tradução da língua estrangeira em uso nas negociações, a interpretação obterá êxito de forma mais significativa e eficaz se houver o domínio de conceitos que constituem tal macroestrutura conversacional.

Por fim, acredita-se em um sistema de controle geral em que haja a organização do funcionamento das diversas estratégias do processo de compreensão do discurso. O sistema de controle geral monitora o funcionamento dos pressupostos cognitivos e contextuais, embasando-se nas informações que o interlocutor recebe do discurso ingressante na memória de curto prazo, em um processo simultâneo de comparação com o conhecimento que a memória já possui sobre cada macroestrutura referida durante a atividade conversacional. O sistema de controle geral coordena o processo de compreensão do discurso, ativando, por meio das macroestratégias, o conhecimento contido na memória de longo e curto prazo, mais abrangente que o conhecimento episódico. Por sua vez, o sistema de controle geral “filtrará”, a partir desse conhecimento, as informações “úteis” e condizentes com as circunstâncias situacionais, constituindo, assim, o conhecimento episódico: aquele que nos traz à tona o que já sabemos sobre o episódio ou momento da conversação.

Referente à língua estrangeira utilizada nas negociações comerciais, julga-se que ela seja apenas uma peça a mais desse complexo de elementos cognitivos e contextuais a serem monitorados e ativados pelo sistema de controle geral quando do funcionamento do processo de compreensão do discurso.

Por fim, entende-se que a compreensão do discurso das negociações de comércio internacionais depende do funcionamento adequado de processamento das informações recebidas durante tais atividades conversacionais, que propicie o acesso aos diversos campos de conhecimento, como o semântico e o pragmático, para construir a representação semântica

do que os interlocutores ouvem, interpretam e posicionam-se perante a situação discursiva em que se encontram. Ao mesmo tempo, é fundamental a existência de um conhecimento prévio sobre os tópicos constituintes da macroestrutura conversacional dessas negociações, a fim de que o sistema de controle geral tenha informações suficientes para acessar durante o processamento da compreensão do discurso entre os interlocutores. De acordo com isso, considera-se que, no caso de ensino-aprendizagem de língua estrangeira com fins comerciais, dever-se-á respeitar o papel da linguagem como instrumento de transferência de experiências e atender, mesmo que dentro de um estudo de vocabulário categorizado como técnico, a um grupo significativo de tópicos específicos dessa macroestrutura, cujo levantamento é apresentado a seguir, em prol do sucesso discursivo da atividade a desenvolver como negociador ou intérprete, enfim, como compreendedor desse discurso.

Desse modo, espera-se ter sido comprovada a plausibilidade do modelo pragmático-cognitivo para o processamento da compreensão do discurso, atendendo ao questionamento sobre a origem das inferências dos interlocutores e a identificação de alguns dos tópicos constituintes da macroestrutura conversacional das negociações de comércio internacional.

### **5.3 Aspectos constitutivos**

Esta parte do trabalho trata do levantamento dos tópicos constitutivos da macroestrutura conversacional das negociações comércio internacional encontrados no corpus de análise. Pretendia-se identificar esses tópicos a fim de listá-los e organizá-los por áreas de competência. Acredita-se que tal listagem poderá ser útil como instrumento colaborador no planejamento de aulas de língua estrangeira para comércio exterior, como unidades didáticas.

Foi possível verificar que as inferências ocorridas durante a negociação têm como base conhecimentos específicos da área de negociação comércio internacional, referindo assuntos como:

- Marketing Internacional: pesquisa, lançamento e manutenção de produtos no mercado globalizado (demanda de novos produtos, como era o caso do Red Bull nesse momento), preço e competitividade, armazenagem, etc.
- Política de Comércio Exterior: regimes comerciais, política de importação e exportação, instrumentação tarifária, lobby, etc.
- Gestão de Logística Internacional: transporte multimodal no comércio internacional, rotas e critérios de opção, seguros de transportes e cargas, etc.
- Incoterms: nomenclaturas de comércio internacional – FOB, LTL...
- Legislação Aduaneira.
- Crédito Documentário: domínio da gestão de câmbio e dos diversos tipos de crédito nas operações internacionais.

Cabe salientar que os itens mencionados correspondem apenas aos mais significativos, percebidos nesse corpus de pesquisa, constituído por um único diálogo de negociação comercial. Entende-se que a realidade da macroestrutura conversacional deverá ser maior do que o listado; porém, de interesse de outras análises.

## **5.4 Conclusão**

Cumprido salientar que a análise realizada da macroestrutura conversacional de uma negociação comércio internacional poderá ser útil para o ensino de língua estrangeira nos

cursos de comércio exterior, considerando que foi produzida a partir da observação de situações reais de trabalho, que constituem o material autêntico da análise.

Contudo, adverte-se que, em virtude da diversidade de aspectos a serem analisados no presente corpus de pesquisa, cujos dados oferecem várias opções de abordagens, o trabalho realizado possa apresentar diversas limitações, plausíveis de correções e/ou retomadas do texto.

Quanto ao enfoque analítico escolhido, é válido lembrar que o mesmo pode ser enriquecido com outros trabalhos que observem aspectos também relevantes sobre esse processo discursivo como, por exemplo, características culturais dos interlocutores. Cabe ressaltar, ainda, que tal enfoque não constitui, em toda sua amplitude, o conhecimento dos professores consultados para orientação, por não ser essa, especificamente, a sua área de atuação. Logo, acredita-se na possibilidade de enriquecimento do trabalho.

Esta pesquisa, que analisou a macroestrutura conversacional da negociação comércio internacional, sob o enfoque do modelo cognitivo da Lingüística Textual (Van Dijk, 2000) poderá servir de ponto de partida para novos estudos na área de Lingüística Aplicada, os quais observem o discurso das negociações comerciais, cuja área contribua para aumentar o foco de interesse na sociedade globalizada e voltada para o mundo de tais atividades de interação discursiva.

## BIBLIOGRAFIA

- AUSTIN, J. **Quando dizer é fazer: palavras e ação.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
- BARTLETT, F. C. **Remembering: a study in experimental psychology.** Cambridge: Cambridge University Press, 1932.
- DAWSON, R. **Secrets of power negotiating: inside secrets from a master negotiator.** Franklin Lakes, NJ: Career Press, 1999.
- DIJK, T. A. V. **Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso.** Madrid: Ediciones Cátedra, 1995.
- DIJK, T. A. V.; KOCH, I. V. (Org. e Apr.) **Cognição, discurso e interação/Teun A Van Dijk.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2000. (Caminhos da Lingüística).
- FIRTH, A. **The discourse of negotiation: studies of language in the workplace.** Oxford: Pergamon, 1995.
- GARCEZ, P. & TELLES, B. **Sociolingüística Interacional.** Porto Alegre: AGE, 1998.
- GARCEZ, P. **Brazilian Manufacturers and U.S. Importer Doing Business: the co-construction of arguing sequences in negotiation.** 1996. Tese (Doutorado em Filosofia) – University of Pennsylvania. In: LEFFA, Vilson J. (Comp.). *Tela: Textos em Lingüística Aplicada [CD-ROM].* Pelotas: Educat, 2000.
- GOFFMAN, E. **Forms of talk.** Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.
- GUMPERZ, J. **Discourse Strategies.** Cambridge: Cambridge University Press, 1982a.
- KOCH, Ingedore G. V. **Desvendando os Segredos do Texto.** São Paulo: Ed. Cortês, 2002.

LAMPI, M. **Linguistic components of strategy in bussiness negotiations.** Helsinki: Helsinki School of Economies, 1986.

MARCUSCHI, L. A. **Análise da Conversação.** São Paulo: Ática, 1998.

McGINTY, S. M. **Power talk:** using language to build authority and influence. New York: Warner Books, 2001.

PINKER, S. **Words and Rules.** New York: Basic Books, 1999.

SEARLE, J. **Os actos de fala.** Coimbra: Livraria Almedina, 1984.

YULE, G. **Pragmatics.** New York: Oxford University Press, 1996.

## ANEXO

Diálogo selecionado como corpus da pesquisa, ocorrido entre o lojista comprador (C), o vendedor de “Red Bull” e “Fuji” (V) e a intérprete (I).

1 - I: HELLO (+) We're from Center Free Shop, Uruguay

2 - V: YES

3 - I: we have a duty BORDER line free store/

4 - V: in”

5 - I: uruguay/

6 - V: in where about”

7 - I: in CHUY

8 - V: ah, ok’

9 - I: it's just between Brazil and Uruguay/

10 - V: yes, yes’

11 - I: and (+) we've being working for a long time over there, so (+) we're interested in two items of yours (+) they're FUJI and RED BULL.

12 - V: ok (+) and (+) this is for DUTY FREE distribution”

13 - I: yeah’

14 - V: yeah” (+) Ok’ Let me do (+) ah, (+) first I'll give you this Fuji films and Fuji batteries are so connected (+) so I'm going to give you the two objects prices also/

15 - I: ok” (+) so:: (+) how do you work it” (+) ah (+) directly ”

16 - V: well’ for example’ we actually have some rooms where we sell people we can sell’ you know”/

17 - I: in fact we just have these products in our store and we've being working with Fuji for a long time’ but mainly we're trying to compare costs /

18 - V: will be buying containers”

19 - I: let me translate him’

20 - V: ok

21 - I: dónde estás comprando Fuji”

22 - C: cuando consolidamos em Miami le compro a mayoristas ahí mismo (+) donde voy comprando’ donde consigo precio y producto’ ahí lo compro

pregúntale si ellos nos venden’ si tienen oficina en Miami y’ además de eso’ si al nosotros consolidar ahí’ ellos nos pueden entregar mercadería ahí’ en nuestro embarcador

23 - I: he means that he uses to buy in (+) ah (+) over here in the United States’ and he usually consolidates in Miami

24 - V: you use to buy from Fuji or from common sellers”

25 - I: cuando compras en Miami’ en donde” Representantes de Fuji”

26 - C: no’ no son representantes

27 - I: they’re some dealers

28 - V: but not Fuji direct”

29 - I: no Fuji directo”

30 - C: no’ no

31 - I. so’ as I told you’ he consolidates in Miami’ and we’d /

32 - V: do you have a forwarder and a warehouse in Miami”

33 - I: YEAH’ We do

34 - V: we actually have a warehouse and a forwarder in Miami too (+) So’ we can sell you both products’ the Red Bull is an example of Panama’ (+) I mean its warehoused and

forwarded from Panama (+) but Fuji is in Miami and we can be small quantities LTL

container’ you know” Or a couple of pallets’ a couple of cases’ which items you’ decide

35 - I: ok’ let me translate him

36 - I: no necesitas trabajar container cerrado' porque ellos tienen embarcador EN Miami

37 - C: o sea que estos precios ya son “/

38 - I: en MIAMI (+) y eso es precio FOB Miami y te puede conseguir la cantidad que quieras' pocos pallets' lo que sea' que no es la misma situación de Red Bull (+) Red Bull tiene FOB Panamá

39 - V: yes' It's in Panama and you can buy' you know' a pallet or two pallets grade, or /

40 - I: in Panama”

41 - V: YES

42 - I: so' what about to consolidate in Miami” (+) ah' So' should we transfer it to Miami by ourselves or /

43 - V: a::h' ((sorri)) You need another work over there'

44 - C: NO ES NECESARIO (+) Al comprar contenedor igual sirve Panamá porque hacemos Panamá – Montevideo

45 - I: it's not a problem to pick it up in Panama

46 - V: yeah' I know' the problem is that the product' the Red Bull price bought at the United States is different the price that's International distribution so you don't need to close for one

47 - I: let me ask you something' when you say international distribution (+) ah(+) Is it just Uruguay” Are you selling to Uruguay right now”

48 - V: eh (+) non-in consistent bases' non consistent because lots of people have made it' in São Paulo there has been made' but' not on amountly bases too

49 - I: ((interpretação da intérprete para o comprador))

50 - V: there is also in Ciudad del Este, so it could be something in Uruguay...

51 - C: QUE vencimiento tiene”

52 - I: what about it's expiration”

53 - V: the expiration on sodas' 2 years

54 - C: no es como la cerveza"

55 - I: it's not like beer"

56 - V: NO' NO' It's a soda' It's an energetic drink

57 - I: there are the prices for container' these for cases' for can

58 - V: yes' for example' in the United States it's about two dollars retail' and in Cancun and Cozumel for example it's for about three dollars a can' RETAIL

59 - I: and do you know what about Brazil"

60 - V: Brazil' I'm sure it's over three' I'm sure it's over two or three dollars

61 - I: over two or three dollars"

62 - V: YEAH' If you order it inside the club' it's five dollars' At the discos /

63 - I: ok' how do you expose it in the store"

64 - V: marketing image you mean"

65 - I: YEAH

66 - V: on the simplest way (+) for example' it's depending on/

67 - L: cómo la Labatt"

68 - V: yes, it's right

that's one electric like soda's cabins (+) It's much better to sell it cold ((comentário sobre algumas formas de apresentação do produto))

69 - I: ok' (+) and about the big one (+) the electric one (+) what about the cost"

70 - V: uh' ha (+) Like you're ordering container' it can be given you for FREE

71 - I: INTERESTING

72 - I: si se cierra un container' el eléctrico puede salir gratis

73 - V: we have some customers who works container and we give them some these' those'  
 ((o vendedor aponta para o material de publicidade que está em volta dele)) and we have  
 some posters'

and things' give a personal merchandising

74 - I: posters are too important because our store is very high' so:::' we use to hold some  
 —  
 banners/

75 - V: yes, we have banners or the big boards (+) and at the right moment we have a  
 customer that orders a container and ready to place the order' then we go to the market and  
 we do help them IN the clubs' we do promotions' we have' some brief for (incomprensível)  
 gonna have a second container in U.S. A' then we go into the market/

76- I: ok' ok

77 - C: y la otra línea'' (+)Banana Boat''