
COMUNICAÇÃO ESCRITA EM SECRETARIADO: A ARGUMENTAÇÃO NA CARTA COMERCIAL

Kátia Regina de Almeida Gonçalves

katia.regina83@hotmail.com

UFPB/CNPq - PIBIC

Erivaldo Pereira do Nascimento

erivaldo@ccae.ufpb.br

UFPB/CNPq

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar e descrever as funções semântico-discursivas dos operadores argumentativos e dos modalizadores no gênero textual/discursivo carta comercial e esclarecer a importância de seu conhecimento e utilização para estudantes e profissionais da área de Secretariado. O *corpus* da investigação é composto por 15 (quinze) cartas comerciais que foram coletadas de diferentes empresas privadas. O referencial teórico adotado tem base na Teoria da Argumentação proposta por Ducrot (1988) e colaboradores e os estudos da Modalização apresentados por Koch (2002), Castilho e Castilho (1993), Nascimento (2009), entre outros. Nas cartas analisadas, percebemos que a argumentação está presente no gênero através dos operadores e modalizadores discursivos. Assinalamos ainda que foi constatada a ocorrência dos três tipos de modalização: a epistêmica, a deontica e avaliativa. Com relação aos operadores, encontramos os de alternância, de condicionalidade, de ativação de pressupostos, entre outros. Esses operadores e modalizadores atuam nas cartas imprimindo diversos efeitos de sentido no texto, e deixam claro que tipos de estratégias argumentativas são utilizadas por um locutor para revelar suas intenções e posicionamentos, e também, sua maneira de agir para com seu interlocutor.

Palavras-chave: Operadores Argumentativos. Modalização. Cartas Comerciais. Secretariado Executivo.

Abstract: This work aims to analyze and describe the semantic-argumentative functioning of the argumentative operators and the modalizers into the discourse genre called business letter. We also intend to clarify the importance of this knowledge to students and secretarial professionals. The *corpus* of this investigation consists of 15 (fifteen) business letters that were collected from different companies. The theoretical reference used to ground this research is composed by the Argumentation Theory in Language, from Ducrot (1988) and by the Modalization Studies, based on Castilho and Castilho (1993), Nascimento (2009), Koch (2000), among others. We could observe that argumentation is present in the examined letters through the operators and discursive modalizers. We also perceived the occurrence of three

types of modalization: the epistemic, the deontic and evaluative. Besides that, we identified different kinds of argumentative operators: alternation, conditionality, activating assumptions, among others. These operators and modalizers act printing different meaning effects in the letters, and they clarify the argumentative strategies used by a locutor to reveal his intentions and positions, and also his way to act towards his interlocutors.

Keywords: Argumentative Operators. Modalization. Business Letters. Secretariat.

1. Introdução

O objetivo desta investigação é analisar e descrever a ocorrência dos operadores argumentativos e modalizadores, como estratégia argumentativa, no gênero textual/discursivo carta comercial, que permite ao locutor responsável pelo discurso expressar intenções, avaliações e atitudes perante o enunciado, e também agir em função de seu interlocutor. Tem ainda como objetivo esclarecer a importância dessa investigação para estudantes e profissionais da área de Secretariado, que lidam diariamente com a produção de cartas comerciais.

Trata-se de uma pesquisa ligada ao projeto intitulado “Estudos Semântico-Argumentativos de Gêneros do Discurso: redação escolar e gêneros formulaicos (ESADG)”, financiado com recursos do CNPq.

Tendo em vista que o gênero carta comercial, juntamente com tantos outros, formam o conjunto dos documentos que compõem a Redação Comercial, tão presente e usual nas atividades rotineiras do Secretário, e que faz parte de suas atribuições a elaboração e manuseio desse tipo de documento, é de suma importância que tal profissional conheça e domine o funcionamento das estratégias argumentativas causadas pelos diversos tipos de operadores e modalizadores no referido gênero. Isso proporcionará ao Secretário uma maior compreensão dos efeitos de sentido que ele poderá causar em seus textos, e de como deve ser o seu posicionamento enquanto locutor, mediante aquilo que deseja tratar na elaboração das cartas comerciais.

O *corpus* da presente pesquisa é composto por 15 (quinze) cartas comerciais, que foram coletadas de diversas empresas privadas. A pesquisa realizada é de natureza qualitativa, de base descritiva, com foco na análise das estratégias argumentativas presentes nos textos e os efeitos de sentido gerados a partir do uso dessas estratégias. No entanto, quantificaremos os dados mais relevantes da descrição, a fim de verificar a frequência das estratégias argumentativas no *corpus*.

Os Operadores Argumentativos e os Modalizadores são aqui apresentados com base nas teorias dos autores: Ducrot (1988) e colaboradores, Castilho e Castilho (1993), Koch (2000), Nascimento (2009) e outros.

2. A Teoria da argumentação e os operadores argumentativos

O fenômeno da argumentatividade é objeto de estudo da Semântica Argumentativa ou Enunciativa, cujo principal estudioso é Oswald Ducrot. A argumentação, nessa perspectiva, deixa de ser vista como uma simples habilidade para convencer e persuadir, utilizada, principalmente, em determinados textos escritos, e passa a ser compreendida como uma característica intrínseca à linguagem e à interação humana que permite que o falante, ao utilizar a língua, imprima suas intenções e sua subjetividade.

Parece bastante óbvio que toda e qualquer atividade interacional pressupõe alguma intenção, uma vez que ninguém fala ou escreve sem um objetivo. Essas intenções não só ficam registradas no material linguístico que selecionamos quando interagimos, como já estão contidas na própria estrutura da língua (Ducrot, 1988).

Segundo Nascimento (2009), a afirmação de que a própria estrutura da língua já possui marcas argumentativas justifica-se pelo fato de que, de acordo com as intenções que possui o falante, ele seleciona determinadas estruturas linguísticas, uma vez que estas, e não outras, são úteis para o que ele pretende dizer ou fazer. Além disso, convém acrescentar que, nas escolhas realizadas, dentro das possibilidades que a língua lhe oferece, fica impresso o ponto de vista do falante sobre o objeto de sua interação. Portanto, é dessa maneira que a argumentação vai da estrutura da língua para o seu uso.

Ducrot (1987; 1988) postula a existência de determinadas estruturas da língua que ao serem materializadas em um enunciado real direcionam o sentido desse enunciado para determinadas conclusões. Entre esses elementos estão os operadores argumentativos (até, ainda, mas, embora, porque etc), os enunciados negativos, o fenômeno da polifonia etc.

De acordo com Koch (2000, pág. 30), o termo *operadores argumentativos* foi cunhado por Ducrot para designar certos elementos da gramática de uma língua que têm como objetivo indicar a força argumentativa dos enunciados e a direção para o qual apontam.

Os principais operadores, de acordo com Koch (2000), são:

- Operadores que assinalam o argumento mais forte de uma escala (até, mesmo, etc.);
- Operadores que somam argumentos, que fazem parte de uma mesma classe, em favor de uma mesma conclusão (e, também, etc.);
- Operadores que introduzem uma conclusão referente a argumentos apresentados em enunciados anteriores (portanto, logo, etc.);
- Operadores que introduzem argumentos alternativos que levam a conclusões contrárias ou opostas, em que uma gera a anulação da outra;
- Operadores que estabelecem relação de comparação (mais que, tão como, etc.);
- Operadores que introduzem uma justificativa ou explicação (porque, que, etc.);
- Operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias: mas (porém, contudo, etc.), embora (ainda que, posto que, etc.);

Koch (2000, pág. 36) explica que do ponto de vista semântico, esses dois operadores (mas e embora) e os do mesmo grupo que eles, apesar de possuírem funcionamentos semelhantes, apresentam uma diferença que diz respeito à estratégia argumentativa utilizada pelo locutor: no caso do mas, ele emprega (segundo E. Guimarães) a “estratégia de suspense”, fazendo com que venha a mente do interlocutor a conclusão R, para depois introduzir o argumento que irá levar à conclusão não-R; ao empregar o embora o locutor utiliza a estratégia de antecipação, anunciando de antemão, que o argumento introduzido pelo embora vai ser anulado.

- Operadores que introduzem conteúdos pressuposto (já, agora etc.);
- Operadores que se distribuem em escalas opostas, nas quais um deles orienta para afirmação da totalidade e o outro, para a negação da totalidade (pouco, um pouco, quase, apenas etc.).

3. Os estudos da modalização

Segundo Castilho e Castilho (1993, pág. 17) a modalização expressa um julgamento do falante sobre o conteúdo proposicional. Ingedore Koch (2002, pág. 72) afirma que o locutor

manifesta suas intenções e atitudes perante o enunciado através de diferentes atos ilocucionários de modalização.

Cervoni (1989, pág. 53) por sua vez, assinala que a noção de modalidade implica a idéia de que uma análise semântica permite distinguir, num enunciado, um dito (“conteúdo proposicional”) e uma modalidade (ponto de vista do falante sobre esse conteúdo).

Castilho e Castilho (1993, pág. 217) ainda afirmam que a modalização movimenta diferentes recursos linguísticos: a prosódia, os modos verbais, os verbos auxiliares como dever, poder, poder e querer, os verbos que constituem orações parentéticas e matrizes como achar, crer e acreditar, adjetivos, advérbios, sintagmas preposicionados com função adverbial etc.

Os elementos linguísticos que materializam a modalizam são denominados de modalizadores. Esses modalizadores são agrupados por Castilho e Castilho (1993, pág. 22) em três tipos: Modalização Epistêmica, Deontica e Afetiva.

A Modalização Epistêmica ocorre quando o falante expressa uma avaliação sobre o valor de verdade e as condições de verdade da proposição. Divide-se em três subclasses: asseverativa, indica que o falante considera verdadeiro o conteúdo da proposição, podendo ser apresentado por este como uma afirmação ou negação sem deixar margem a dúvidas. Quase-asseverativa – é aquela em que o falante considera o conteúdo da pressuposição como quase certo, apresenta uma hipótese que depende de confirmação, nesse caso, o falante se furta de toda responsabilidade sobre o valor de verdade ou falsidade da proposição. E Delimitadora que estabelece os limites dentro dos quais se deve considerar como verdadeiro o conteúdo da proposição.

Já a Modalização Deontica indica que o locutor considera o conteúdo da proposição como algo que deve ou precisa ocorrer obrigatoriamente.

Para Nascimento (2010), a modalização deontica além de expressar obrigatoriedade, também pode expressar proibição e possibilidade. Sendo assim, o referido autor divide a modalização deontica em três subclasses: de obrigatoriedade, de proibição e de possibilidade. A modalização deontica de obrigatoriedade apresenta o conteúdo da proposição como algo obrigatório e que precisa acontecer. A de proibição é aquela que expressa o conteúdo da proposição como algo proibido, que não pode acontecer. E a modalização deontica de possibilidade, apresenta o conteúdo da proposição como algo facultativo ou dá a permissão para que esse aconteça.

O último tipo é denominado por Castilho e Castilho de modalização afetiva, e são as que verbalizam as reações emotivas do falante em face do conteúdo proposicional, deixando de lado quaisquer considerações de caráter epistêmico ou deontico. No entanto, essa nomenclatura é reformulada por Nascimento (2009, pág. 46), que a denomina de modalização avaliativa. Para Nascimento, esse tipo de modalização mais do que revelar um sentimento ou emoção por parte do locutor em função da proposição do enunciado, indica uma avaliação da proposição e como o locutor quer que essa proposição seja lida.

De acordo com Koch (2002, pág. 86) modalizar um discurso é uma estratégia que permite ao falante assumir vários posicionamentos perante o enunciado, determinando seu grau de engajamento com relação ao dito, como também determinar o grau de tensão que se estabelece entre os interlocutores, além de deixar pistas das intenções do locutor para o seu interlocutor.

4. O gênero textual/discursivo carta comercial

A carta, nesse trabalho, está sendo concebida a partir da noção de gênero do discurso. Bakhtin (2000, p. 279) define os gêneros do discurso como sendo tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais emanam das várias esferas da atividade humana e refletem as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas.

Para Bakhtin os gêneros do discurso são infinitos, heterogêneos e possuem caráter sócio-histórico. O autor afirma que cada esfera da atividade humana “comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa”.

Os gêneros do discurso são classificados, de acordo com Bakhtin (2000, p. 281), em dois grandes grupos: primário e secundário. Segundo o autor os gêneros primários são aqueles que ocorrem nas situações do cotidiano, enquanto que os gêneros secundários aparecem em circunstâncias sociais mais complexas e evoluídas.

A carta, conforme afirma Bakhtin (2000, p. 281), é considerada, no que se refere a sua complexidade e esfera de uso, como pertencente ao universo dos gêneros primários. No entanto, para Nascimento e Espíndola (2009), quando Bakhtin afirma que os gêneros secundários (romance, teatro, discurso científico, discurso ideológico, etc.) absorvem e transmutam os primários, que, por conseguinte se transformam dentro dos secundários, o autor permite compreender que o fenômeno da carta não só pode transmutar por diferentes gêneros como também permite entender porque existe uma variedade enorme de cartas circulando nos mais diferentes meios sociais. A carta, como explicam os autores (2009), está presente nas diferentes instâncias da vida social e é um gênero que perpassa diferentes domínios discursivos. Na vida familiar encontramos a carta pessoal, no domínio jornalístico a carta do leitor, ou a carta ao leitor, já no domínio comercial/oficial existem a carta comercial, a carta oficial, o memorando, entre outros exemplos.

Nascimento e Espíndola (2009) explicam que devido à evolução das instâncias sociais, a carta tem sofrido variações para se adaptar às diferentes necessidades de cada uma dessas instâncias, e afirmam que há alguns subgêneros de carta pertencentes ao universo dos gêneros primários, tais como as cartas pessoais, de amor, de família etc., como também existem cartas que se inserem nos gêneros secundários, como é o caso da carta oficial, da comercial e da carta ao leitor.

Bakhtin (2000, p. 279) estabelece três critérios que precisam ser observados para que se possa identificar um gênero: o conteúdo temático, o estilo e a construção composicional.

O conteúdo temático está relacionado ao tipo de assunto que é veiculado nos gêneros. No caso da carta, esse conteúdo pode conter diversos temas, tais como solicitações, divulgações, cobranças, ou até mesmo assuntos pessoais. É no conteúdo temático que podemos perceber a maneira como o autor trata o tema em questão; segundo Bakhtin (2000, p. 300), este pode ser abordado de forma mais exaustiva por determinadas esferas e menos exaustiva por outras. Percebemos também o intuito ou querer-dizer do locutor, que, conforme explica o autor, vai revelar as intenções de quem fala ou escreve e determinar o todo do enunciado (sua amplitude, suas barreiras).

O estilo de um texto em particular, em qualquer esfera da comunicação, como afirma Bakhtin (2000, p. 283), é a primeira vista individual e pode refletir a individualidade de quem fala ou escreve. No entanto, o autor revela que nem todos os gêneros são propícios ao estilo individual. Os gêneros que possuem uma forma padronizada, ou seja, os formulaicos, nos quais a carta está inserida, são menos favoráveis para refletir essa individualidade. Porém, é importante deixar claro, que mesmo nos gêneros que não são considerados favoráveis,

existem marcas de individualidade deixadas pelo locutor. Bakhtin (2000, p. 283) também afirma que o estilo de um gênero pode ser reconhecido ainda pela sua forma linguística ou funcional, que se refere à peculiaridade que um gênero assume em cada uma das esferas da atividade e da comunicação humana, nas quais se tornam relativamente estáveis do ponto de vista temático, composicional e estilístico. Assim, cada gênero em particular possui um estilo próprio. A carta, por exemplo, também irá apresentar uma forma linguística particular do ambiente nos quais ela circula, seja oficial, comercial, familiar etc.

Quanto à construção composicional, Nascimento e Espíndola (2009) afirmam que existem algumas características que parecem essenciais e necessárias a todos os subgêneros de carta que circulam nas diferentes instâncias e domínios discursivos, decorrentes do caráter formulaico. Entre as características mais comuns, conforme destacam os autores, os diversos manuais de redação apontam: local e data, vocativo, objetivo da carta, desenvolvimento, despedida ou desfecho, assinatura. A presença do vocativo assinala a característica discursiva essencial, que é a presença marcada pelo interlocutor. Segundo os autores esse gênero possui um estilo próprio determinado pela presença da relação discursiva entre locutor e interlocutor, e as demais características são decorrentes dessa relação, que são: a escolha no tratamento (formal ou informal), a presença de determinadas informações relacionadas, como, a presença ou não do endereço, no corpo da carta, telefone, um desfecho formal ou informal, entre outros.

Ao tratarmos especificamente da carta comercial, veremos que os manuais a definem como um subgênero da carta pertencente ao domínio dos textos do universo empresarial, sendo o instrumento mais usual de comunicação escrita no comércio, indústrias, bancos e afins, entre as entidades e delas a clientes.

De acordo com Pacola (2005, p. 123) a carta comercial tem por finalidade documentar posições, negócios, condições, ocorrências etc., de uma empresa. Ela também promove a imagem e consolida a relação entre empresas ou pessoas.

Através dela vários assuntos podem ser tratados: pedidos de emprego, envio ou recebimento de documentos ou mercadorias, reclamações de remessa não correspondente à solicitação feita, oferecimento de mercadorias, cobrança de prestações e comunicações gerais de uma organização.

Medeiros e Hernandez (2004, p. 90) afirmam que a linguagem da carta comercial precisa ser clara, simples, objetiva e correta. Deve-se evitar preocupação com enfeites, pois isso dificulta o entendimento do leitor e o propósito da carta pode não ficar claro. É necessário observar as normas gramaticais com exatidão e informar com economia de palavras, ou seja, entrar direto no assunto, sem fazer rodeios. Medeiros e Hernandez (2004, p. 95) também destacam que, de modo geral, a redação comercial deve ser imparcial e impessoal, evitando o uso de opiniões e o excesso de pronomes pessoais. No entanto, a nossa investigação se propõe a demonstrar que existem elementos linguísticos característicos do próprio gênero, que marcam a individualidade do locutor, os quais revelam que a redação no gênero carta comercial não é tão impessoal como sugerem os manuais.

Quanto à sua estrutura Pacola (2005, p. 123) destaca que deve conter: local e data; destinatário, pessoa para quem a carta é emitida; contexto, que é o assunto da carta; e o fecho, ou seja, a frase de encerramento. Também é essencial colocar a assinatura, contendo o nome da empresa e do funcionário que expediu a carta, se necessário coloca-se anexo.

5. Procedimentos Metodológicos e Análise dos Dados

A pesquisa realizada foi de natureza qualitativa, de cunho descritivo, na qual foram identificados o funcionamento semântico-argumentativo dos operadores e modalizadores e os efeitos de sentido provocados por sua utilização nos textos objetos de investigação. Além disso, quantificamos a presença dos operadores e modalizadores, a fim de identificar as estratégias mais frequentes no *corpus* analisado.

Ao fazermos o levantamento dos diversos tipos de modalizadores; pudemos verificar a ocorrência de 99 trechos nos quais constatamos a presença de todos os tipos de modalizadores (epistêmicos, deônticos e avaliativos). Com relação aos operadores argumentativos, ocorreram 68 trechos nas cartas analisadas, nos quais foram encontrados os de alternância, de demarcação de classe de argumentos, de condicionalidade, de ativação de pressupostos, de contraposição, entre outros.

Para demonstrar a ocorrência dos operadores e modalizadores transcrevemos para esse trabalho apenas três cartas comerciais, das quinze que compõem o nosso *corpus*.

No interior de cada texto, assinalamos a presença dos operadores e dos modalizadores de acordo com a tabela que segue.

	Operadores argumentativos
	Modalizadores

Após cada texto, descrevemos seu funcionamento classificando-o e identificando os efeitos de sentido gerados por cada um deles no texto.

Tomamos o cuidado de não identificar o nome das pessoas que assinam os documentos, bem como seus destinatários, por uma questão de natureza ética.

Carta nº 01

CPF XXXXXXXXXXXX
CONTRATO XXXXXXXXXXXX

XXXXXXX Promotora de Vendas LTDA.
CNPJ: 0.281.313/0001-89
XXXXX XX XX XXXXXXXX, XX/XX XXXXX – XXXX XXXX e
XXXXXXX XXX
Rio de Janeiro, RJ
Lei Nº 12039 – Art. 42 – A CDC de 01/10/20009

NOSSO COMPROMISSO É SATISFAZER SUAS NECESSIDADES...

PENSANDO **EXATAMENTE** DESSA FORMA, **NÃO PODERÍAMOS** DEIXAR DE LHE OFERECER UMA **NOVA** OPORTUNIDADE PARA REGULARIZAR ESTA PENDÊNCIA E VOLTAR A TER CRÉDITO.

COM CERTEZA OCORRERAM IMPREVISTOS, OS QUAIS FIZERAM COM QUE VOCÊ NÃO CONSEGUISSE EFETUAR O PAGAMENTO ATÉ O MOMENTO... **MAS O IMPORTANTE** MESMO É QUE CHEGOU ESTA **NOVA CHANCE** EM SUAS MÃOS... CONFIRA NOSSA PROPOSTA!

**LIQUIDE ESTA DÍVIDA POR APENAS
R\$ 203,40**

A evolução da profissão por meio da pesquisa
Passo Fundo/RS: UPF, 20, 21 e 22 de outubro de 2011

**COMO NOTASTE, O VALOR PARA QUITAÇÃO É MENOR QUE O VALOR ORIGINAL EM ABERTO DE SEU CONTRATO...
FAÇA UM ESFORÇO EXTRA E REGULARIZE ESTA SITUAÇÃO!**

EM CASO DE DÚVIDAS, ENTRE EM CONTATO CONOSCO, TEREMOS O
MAIOR PRAZER EM ATENDÊ-LO.
0800 XXXXXXXX (LIGAÇÃO GRATUITA).

Análise da carta nº 01:

Observamos, nessa primeira carta de cobrança, emitida por uma determinada financiadora a um certo cliente, que o locutor inicia seu discurso modalizando o enunciado: Nosso compromisso é satisfazer suas necessidades..., através do termo “**necessidades**”. O locutor utiliza esse termo para expressar a necessidade de ocorrência de um determinado fato, que, nesse caso, refere-se às necessidades financeiras do cliente em questão, que precisam ser satisfeitas. A intenção do locutor ao expressar essa necessidade é mostrar para seu cliente que a financiadora tem como compromisso satisfazer ou suprir essas necessidades, e também chamar a sua atenção para o que será dito posteriormente. Trata-se de uma modalização deôntica.

Na sequência, o locutor modaliza o segmento: Pensando exatamente dessa forma (...), ao utilizar a palavra “**exatamente**”. Com essa palavra, o locutor vem apresentar uma certeza com relação a sua maneira de pensar sobre o fato que havia sido colocado anteriormente, a necessidade do cliente. O locutor quer deixar claro para o cliente que seu pensamento está exatamente voltado para a satisfação de suas necessidades, e por isso ele está oferecendo uma nova oportunidade para que o mesmo regularize suas pendências. Com isso o locutor se compromete totalmente com o que diz. Ocorre, portanto, uma modalização epistêmica asseverativa.

Mais adiante, o locutor modaliza o enunciado: não poderíamos deixar de lhe oferecer uma nova oportunidade (...), com a expressão “**não poderíamos**” e com o adjetivo “**nova**”. Através da expressão “não poderíamos”, o locutor apresenta para o interlocutor o enunciado: lhe oferecer uma nova oportunidade como uma possibilidade, ou seja, algo que era provável que ocorresse. Trata-se, portanto, de um modalizador epistêmico quase-asseverativo. Já o adjetivo “nova” é utilizado pelo locutor para imprimir uma avaliação ou ponto de vista. Para o mesmo, a oportunidade que está sendo oferecida pela financiadora, para que o cliente regularize suas pendências e volte a ter crédito é considerada nova, ou seja, algo que ainda não tinha ocorrido. Com isso, o locutor deixa claro que é assim que ele deseja que seu texto seja lido por seu interlocutor. Ocorre uma modalização avaliativa.

Em seguida no enunciado: Com certeza ocorreram imprevistos (...), ocorre um modalizador epistêmico asseverativo, a expressão “**com certeza**”. Através desta, o locutor revela ter a certeza de que ocorreram imprevistos que impossibilitaram seu cliente de efetuar o pagamento que está sendo cobrado pela financiadora. Essa atitude faz com que o locutor se comprometa totalmente com o que diz, pois o mesmo apresenta total certeza em relação ao fato. Com essa atitude, o locutor também se mostra compreensivo para com seu cliente, na intenção de persuadi-lo e levá-lo a aceitar a proposta que lhe será feita logo em seguida. É então, que aparece o conector “**mas**”, fazendo oposição entre dois enunciados. Primeiro o locutor diz: com certeza ocorreram imprevistos, os quais fizeram com que você não

conseguisse efetuar o pagamento até o presente momento, porém, em seguida declara: mas o importante mesmo é que chegou esta nova chance em suas mãos. Assim, o locutor traz um argumento para conclusão R, e logo depois, traz outro argumento para conclusão não-R.

R – Com certeza ocorreram imprevistos, os
quais fizeram com que você não
conseguisse efetuar o pagamento até
o presente momento

~R- O importante mesmo é que chegou esta
nova oportunidade em suas mãos

MAS

Antes o cliente não tinha condições
de efetuar o pagamento

Agora com essa nova chance o cliente
terá condições de quitar seus débitos

O “mas”, nesse texto, está atuando como um operador que contrapõe argumentos, e indicando que, se antes o locutor não tinha oportunidade de pagar a sua dívida, devido os imprevistos que ocorreram, agora com essa nova chance que lhe é oferecida, o cliente poderá efetuar seu pagamento.

Ainda no enunciado: mas o importante mesmo é que chegou esta nova chance em suas mãos, percebemos que o locutor mais uma vez modaliza ao utilizar os termos, “**importante**” e “**nova**”. Com estes o interlocutor imprime avaliação ou ponto de vista a respeito da chance que está sendo dada ao cliente de quitar seus débitos. O mesmo considera importante que o cliente aproveite a oportunidade que lhe está sendo oferecida, e ele a avalia como nova, ou seja, imperdível, e é assim que o locutor deseja que seu texto seja compreendido. Está ocorrendo, nos dois casos modalização avaliativa.

No enunciado: Faça um esforço extra e regularize esta situação!. O locutor modaliza através dos verbos no imperativo “**faça**” e “**regularize**”, e da palavra “**extra**”. Os verbos “faça” e “regularize” são utilizados pelo locutor para dar instruções ao interlocutor. Após expressar o interesse de satisfazer as necessidades do cliente e de lhe oferecer uma nova oportunidade de liquidar sua dívida, o locutor dá uma instrução a seu cliente indicando que o mesmo deve fazer um esforço extra e regularizar sua situação com a financiadora. Tais modalizadores são classificados como deônticos de obrigatoriedade. Já a palavra “extra”, é utilizada pelo locutor para expressar uma avaliação ou ponto de vista a respeito do tipo de esforço que o cliente deve fazer para conseguir quitar sua dívida e também indicar como ele deve ser feito. Para o locutor esse esforço é considerado extra, ou seja, fora do comum e é assim que ele deseja que seu discurso seja lido e também realizado. Trata-se, portanto, de um modalizador avaliativo.

No último trecho da carta, o locutor mais uma vez utiliza um modalizador avaliativo, “**maior prazer**”, no enunciado: (...) teremos o maior prazer em atendê-lo. Com esse, o locutor expressa sua reação em poder atender seu cliente. Essa expressão assume dupla predicação no enunciado, pois, o locutor além de qualificar o conteúdo da proposição como algo prazeroso (atender o cliente é um prazer para a financiadora), também deixa claro para seu cliente como ele se sente diante desse fato (o locutor sente prazer em fazer isso).

Percebemos que o intuito do locutor ao utilizar-se desses modalizadores e operadores argumentativos é tentar convencer seu cliente a liquidar a dívida que possui com a financiadora. Assim, ele vai apresentando argumentos para mostrar como seu cliente deve agir, indicando que o mesmo não pode perder a oportunidade única que lhe está sendo oferecida para quitar seus débitos.

Carta nº 02

Osasco, 21 de Dezembro de 2010.

Sr(a) XXXXXXXXXX XXXX

Prezado(a) Cliente.

Nossos registros apontam pendência referente ao seu cartão XXXX XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXX.

Caso ainda não tenha realizado o pagamento, **queira** providenciá-lo com a **maior brevidade possível, para que** seu cartão volte a ter condições normais de uso e evitar o registro de restrições nos Órgãos de Proteção ao Crédito.

Em caso de dúvidas, **telefone** para 0800-XXXXXXX ou XXXX-XXXX, de 2ª a 6ª feira, das 08h00 as 20h00 e, aos sábados, das 09h00 as 15h00.

Estando regularizada a situação **quando** do recebimento deste aviso, **pedimos** torná-lo sem efeito.

Cordialmente

Banco XXXXXXXXXX XXXXXXXX X/X
CNPJ XX.XXX.XXX/XXXX – XX

Análise da carta nº 02:

Nessa carta cobrança de um determinado banco enviada a um suposto cliente, observamos que o locutor, no segundo trecho, utiliza as palavras “**caso**” e “**ainda**” no enunciado: Caso ainda não tenha realizado o pagamento, queira providenciá-lo com a maior brevidade possível, para que seu cartão volte a ter condições normais de uso e evitar o registro de restrições nos Órgãos de Proteção ao Crédito. A palavra “caso” aparece acumulando as funções de operador argumentativo que introduz condição e modalizador epistêmico quase-asseverativo. Através deste, o locutor deseja esclarecer a seu interlocutor que a condição para que o cartão do mesmo volte a ter condições de uso e evite o registro de restrições nos Órgãos de Proteção ao Crédito é o interlocutor pagá-lo imediatamente. Ao mesmo tempo, como o locutor não tem certeza se o interlocutor pagará ou não o cartão, ele apresenta esse fato como uma possibilidade, e não se compromete com o dito, deixando a responsabilidade por conta do interlocutor. O operador “ainda” que também aparece no mesmo enunciado, vem introduzindo uma pressuposição, que, no caso, seria o fato do pagamento ter sido efetuado anteriormente a carta cobrança ter sido enviada pelo locutor.

No segmento queira providenciá-lo com a maior brevidade possível, o locutor utiliza a palavra “**queira**” para emitir uma ordem a seu interlocutor, no sentido de que o mesmo deve pagar o cartão obrigatoriamente. O locutor deixa bem claro qual deve ser a atitude do interlocutor e como ele deseja que seu seja lido, ou seja, como uma obrigação. Trata-se de um modalizador deôntico.

A evolução da profissão por meio da pesquisa

Passo Fundo/RS: UPF, 20, 21 e 22 de outubro de 2011

Visualizamos também, na sequência do mesmo segmento, que o locutor utiliza a expressão “**maior brevidade possível**” para imprimir uma avaliação a respeito do modo como seu interlocutor deve agir diante do que está sendo dito. Para o locutor, seu cliente precisa agir com rapidez em efetuar o pagamento do cartão. Está ocorrendo, uma modalização avaliativa.

Mais a frente, no segmento para que seu cartão volte a ter condições normais de uso e evitar o registro de restrições nos Órgãos de Proteção ao Crédito, aparece a expressão “**para que**”, atuando na função de operador que introduz no texto finalidade ou objetivo referente a enunciados anteriores. Percebemos que a intenção do locutor ao fazer uso desse operador, é deixar claro para seu interlocutor qual o objetivo da cobrança que está sendo feita, que, nesse caso, seria possibilitar que o interlocutor volte a utilizar seu cartão e evite registro de restrições nos Órgãos de Proteção ao Crédito.

Ainda no mesmo enunciado, o locutor faz uso do operador “**e**”, que aparece no texto somando argumentos a favor de uma mesma conclusão. Com este, o locutor soma argumentos para levar seu interlocutor a pagar sua dívida.

No enunciado: Em caso de dúvidas, telefone para 0800-XXXXXXX ou XXXX-XXXX, de 2ª a 6ª feira, das 08h00 as 20h00 e, aos sábados, das 09h00 as 15h00, aparecem dois modalizadores “**em caso de**” e “**telefone**”. O modalizador “em caso de” é utilizado pelo locutor para expressar a possibilidade de ocorrência de um determinado fato, que nesse caso seria a dúvida do interlocutor existir ou não. Como o interlocutor não tem certeza se essa dúvida existe, ele a apresenta como uma possibilidade e não se compromete com o que diz, deixando a responsabilidade do dito recair sobre seu interlocutor. Esse modalizador é um epistêmico quase-asseverativo. Já o modalizador “telefone”, um verbo no imperativo, expressa instrução, e é utilizado pelo locutor para indicar como o interlocutor deve agir caso necessite tirar dúvidas sobre o débito. Tal modalizador é um deôntico de obrigatoriedade.

Por fim, percebemos que o locutor modaliza o enunciado Estando regularizada a situação quando do recebimento deste aviso, pedimos torná-lo sem efeito, ao utilizar o operador “**quando**” e a palavra “**pedimos**”. O operador “quando” está introduzindo no enunciado uma relação temporal no sentido em que estabelece uma relação entre o tempo de recebimento da carta e a possibilidade do interlocutor ter regularizado antes disso a situação com a empresa. A intenção do interlocutor com isso é evitar problemas com o interlocutor, caso o pagamento do cartão já tenha sido realizado quando o mesmo vier a receber a carta. Já a palavra “pedimos”, um verbo *dicendi* modalizador avaliativo, está introduzindo o discurso do locutor, apresentando-o como um pedido. Com isso, o locutor indica para seu interlocutor que é assim que ele deseja que seu texto seja lido. Ocorre, portanto uma modalização avaliativa.

O interessante dessa carta é que o locutor se apresenta de uma maneira bem direta a seu interlocutor, através do uso dos operadores e modalizadores, para indicar o que ele pretende e como ele quer que seu interlocutor aja diante do que está sendo posto, ou seja, o locutor deixa claro que ele quer que o interlocutor pague a dívida com rapidez e caso ele não o faça terá consequências.

Carta nº 03

XXXXXXXXXX

João Pessoa, 06 de abril de 2011.

Inclusão no Serviço de Proteção ao Crédito

Prezado(a) XXXXXXXX XX XXXXXX XXXX,

Evidenciando o relacionamento de **confiança** e **transparência** firmado, gostaríamos de informá-lo(a) que, em nossos registros, permanece(m) sem a confirmação de pagamento a(s) fatura(s) abaixo relacionada(s), referente(s) à unidade consumidora sob a sua **responsabilidade**.

Permanecendo em atraso após 3 (três) dias dessa comunicação, seu cadastro **poderá** ser encaminhado para procedimento de inscrição no Serviço de Proteção ao Crédito – SERASA

CDC: X / XXXXXXXX

NOME: XXXXXXXX XX XXXXXX XXXX

Total de faturas: 2

Total do débito: R\$ 55,51

Caso o(s) pagamento(s) tenha(m) sido efetuado(s) em até 03 (três) dias anteriores a data de emissão, favor desconsiderar esse comunicado.

Atenciosamente,

Análise da carta nº 03:

O locutor inicia o texto da carta de cobrança acima, enviada por uma distribuidora de energia a um cliente, modalizando o enunciado: Evidenciando o relacionamento de **confiança** e **transparência** firmado (...), através das palavras “**confiança**” e “**transparência**”. Essas palavras são utilizadas pelo locutor para avaliar o tipo de relacionamento que a empresa firmou com seu cliente, ou seja, a empresa tem firmado com o mesmo um relacionamento de confiança e transparência. Dessa forma, o locutor deixa claro que é assim que ele deseja que o cliente leia seu texto. Ocorre, portanto, uma modalização avaliativa.

Em seguida, no enunciado gostaríamos de informá-lo(a) que, em nossos registros, permanece(m) sem a confirmação de pagamento a(s) fatura(s) abaixo relacionada(s), referente(s) à unidade consumidora sob a sua **responsabilidade**, observamos que o locutor mais uma vez utiliza um modalizador avaliativo, a palavra “**responsabilidade**”, para avaliar um determinado fato. Nesse caso, tal fato se refere à unidade consumidora, que, de acordo com o ponto de vista do locutor, é de responsabilidade do cliente. A intenção do locutor ao avaliar esse fato é mostrar para o cliente que se a unidade consumidora está sob a sua responsabilidade, o pagamento das faturas, cobradas na carta, devem ser pagas pelo mesmo.

A evolução da profissão por meio da pesquisa

Passo Fundo/RS: UPF, 20, 21 e 22 de outubro de 2011

No enunciado: Permanecendo em atraso após 3 (três) dias dessa comunicação, seu cadastro poderá ser encaminhado para procedimento de inscrição no Serviço de Proteção ao Crédito – SERASA, percebemos que a palavra “**poderá**” está atuando no texto como um modalizador epistêmico quase-asseverativo. O locutor utiliza esta palavra para expressar a possibilidade de ocorrência de um determinado fato, que, nesse caso, seria o encaminhamento do cadastro do cliente para o procedimento de inscrição no Serviço de Proteção ao Crédito. Como o locutor não tem certeza se o cliente irá regularizar seus débitos, ele apresenta tal fato como uma possibilidade. Com isso, o locutor não se compromete com o dito e deixa a responsabilidade recair sobre seu interlocutor.

Na sequência, no enunciado: Caso o(s) pagamento(s) tenha(m) sido efetuado(s) em até 03 (três) dias anteriores a data de emissão, favor desconsiderar esse comunicado, aparece o termo “**caso**” acumulando as funções de operador de condicionalidade e de modalizador epistêmico quase-asseverativo. A intenção do locutor ao fazer uso desse operador é deixar claro para seu interlocutor que no caso do mesmo já ter efetuado o pagamento das faturas cobradas, esse deve desconsiderar tudo o que foi dito anteriormente. Como o locutor não tem certeza da ocorrência desse fato, ele o apresenta como uma possibilidade, não se comprometendo com o que diz e deixando a responsabilidade mais uma vez por conta do interlocutor.

6. Resultados e Discussões

A Argumentação é um processo que, através de uma linguagem, tem como finalidade persuadir o outro. A intenção de quem fala ou toma uma palavra, não é apenas comunicar algo, mas é levar o interlocutor a aceitar uma ideia ou ponto de vista, ou ainda, interferir em suas ações.

Os Operadores Argumentativos são estruturas pertencentes a língua que quando são materializados em um enunciado indicam a força argumentativa dos enunciados e a direção para a qual estes apontam.

Os estudos da Modalização explicam que na estruturação de um discurso, a relação entre os enunciadores é constantemente projetada através de relações de modalidade, em que o locutor responsável pelo discurso expressa intenções, avaliações ou atitudes perante o enunciado.

Através das análises feitas no *corpus* investigado, foram encontrados todos os tipos de modalização (epistêmica, deôntica e avaliativa) e alguns tipos de operadores argumentativos funcionando como estratégias argumentativas. Assim, visualizamos como a argumentatividade se processa no gênero carta comercial, ao percebermos que os operadores e modalizadores estão presentes nesse gênero atuando com diferentes intenções e provocando diversos efeitos de sentido no texto.

Comprovamos que a modalização deôntica foi a que apresentou maior ocorrência no gênero apresentado. Das 15 cartas comerciais analisadas, ocorreram 43 casos de modalização deôntica, sendo que 41 incavam obrigatoriedade deôntica e apenas 2 incavam possibilidade deôntica.

Podemos observar mais detalhadamente, no quadro abaixo, o total de ocorrência dos diversos tipos de modalizadores encontrados na análise do *corpus*.

Tipo	Ocorrência	%
Epistêmicos Asseverativos	04	4%
Epistêmicos Quase-Asseverativos	08	8%
Epistêmicos Delimitadores	02	2%
Deônticos	43	45%
Avaliativos	38	38%
Coocorrência da modalização deôntica com avaliativa	03	3%
Total	99	100

Quadro 1 – Modalizadores

O que nos chamou a atenção na análise do *corpus* foi a grande quantidade de ocorrência dos modalizadores deônticos de obrigatoriedade indicando instrução (sob a forma de verbos no imperativo). Desse tipo, verificamos 34 ocorrências. Isso nos faz concluir que esse tipo de modalizador é característico do próprio gênero. Tal modalizador é utilizado pelo locutor com a finalidade de dar instruções ao interlocutor de como agir, diante do que está posto na carta. É importante destacar que foram observados diversos casos em que este modalizador aparece fazendo relação com os operadores de condicionalidade, nos quais é dado uma condição para que algo ocorra e logo em seguida a orientação sobre como tal fato deve ocorrer (se/caso isso ocorra, faça assim). Esse caráter instrucional é bem interessante, pois permite que ao locutor se antecipar frente ao interlocutor, prevendo possibilidades e indicando como ele deve agir se essas possibilidades ocorrerem.

Ainda com relação aos modalizadores deônticos de obrigatoriedade, verificamos a ocorrência de um único caso desse tipo de modalizador expressando ordem, através do verbo “devem” (esse modalizador não permite que o interlocutor tenha outra leitura do que está sendo dito a não ser a de obediência) e verificamos ainda mais seis ocorrências marcadas pelos termos “necessidades” e “precisa”, em que o locutor não está emitindo ordens, nem indicando instrução, mas expressando a necessidade de ocorrência de um determinado fato.

Já no caso do modalizador de possibilidade deôntica (permissão), que teve apenas duas ocorrências, como já foi descrito anteriormente, esse foi utilizado pelo locutor para dar permissão ao interlocutor de realizar determinada coisa, mas isso não garante que tal fato ocorrerá, nesse caso fica a critério do interlocutor a decisão de realizar ou não.

O segundo tipo de modalização que teve maior ocorrência nas análises das cartas comerciais foi a avaliativa, desse tipo constatamos 38 ocorrências. A modalização avaliativa é utilizada pelo locutor responsável pelo discurso para expressar um julgamento ou ponto de vista em relação a alguma coisa. O mesmo assume uma posição de envolvimento com o texto que está relatando, e também, determina como deseja que seu texto seja lido. Nas cartas, a modalização avaliativa aparece através de expressões como: “super”, “especiais”, “amigável”, “excelentes”, “muito importante” etc. Na maioria dos casos, o locutor faz uso dessas expressões para: destacar as vantagens que o interlocutor poderá ter ao realizar algo que o mesmo está oferecendo, avaliar consequências que o interlocutor poderá sofrer caso não realize algo que o interlocutor está colocando, avaliar como o interlocutor deve agir diante de um determinado fato, avaliar relacionamentos, tanto da empresa para com o cliente, como do cliente para com a empresa, entre outros.

Outro fenômeno que apareceu nas análises das cartas comerciais foi o da coocorrência da modalização deôntica com a avaliativa, 03 casos foram encontrados. A utilização do modalizador avaliativo acentua o caráter de obrigatoriedade expresso pelo modalizador

deôntico. Esse tipo de coocorrência permite que o locutor além de avaliar ou julgar o caráter deôntico, também acentue o seu efeito de sentido.

Com relação a modalização epistêmica, que se subdivide em três tipos, encontramos 04 casos de asseverativa, 08 de quase-asseverativa e 03 caso de delimitadora, num total de 15 modalizadores. A modalização epistêmica asseverativa é utilizada pelo locutor para expressar certeza com relação a algum fato, isso permite que ele se comprometa totalmente com o que diz. Na maioria dos casos esses modalizadores são utilizados para persuadir o interlocutor, ou seja, para tentar convencer o interlocutor a aceitar propostas que estão sendo feitas pelo locutor nas cartas.

A modalização epistêmica quase-asseverativa ocorreu 08 vezes no total. Esses modalizadores segundo Castilho e Castilho (1993), servem para indicar que o locutor apresenta o conteúdo da proposição como quase certo, ou seja, como algo que precisa de confirmação. Nesses casos o locutor assume uma posição de distanciamento de dito e deixa seu interlocutor mais livre para tomar sua decisão.

O modalizador epistêmico delimitador aparece duas vez no *corpus* analisados, através dos adjetivo “parcial” e do advérbio “parcialmente”. O modalizador epistêmico delimitador serve para estabelece limites dentro dos quais se deve considerar o conteúdo da proposição. Esse modalizador é mais utilizado pelo locutor em cartas de cobrança, para tratar da suspensão de determinados serviços prestados pelo locutor.

Com relação a ocorrência dos operadores argumentativos no gênero estudado, é interessante destacar que esse foi outro tipo de estratégia argumentativa, utilizada pelos locutores, verificada em todas as cartas comerciais. Através dessas marcas linguísticas os locutores puderam gerar vários efeitos de sentido no texto e direcioná-los para conclusões diversas.

O quadro abaixo mostra detalhadamente o total de ocorrência dos diversos tipos de operadores argumentativos encontrados nas análises das cartas comerciais.

Tipos de Operadores	Ocorrência	%
Introduz condicionalidade	21	31%
Introduz conteúdo pressuposto	14	21%
Introduz classe argumentativa	14	21%
Introduz alternância	09	14%
Introduz finalidade	03	4%
Introduz conformidade	02	3%
Introduz justificativa	02	3%
Introduz conclusão	01	1%
Contrapõe argumentos	01	1%
Relação temporal	01	1%
Total	68	100

Quadro 2 – Operadores Argumentativos

O operador que ocorreu com maior frequência nas cartas comerciais foi o operador que introduz condicionalidade, que apareceu 21 vezes. Nas cartas comerciais, esse operador geralmente se faz presente através dos termos “caso” e “se”, e algumas vezes acumulando as funções de operador argumentativo de condicionalidade e modalizador epistêmico quase-asseverativo. Quando acumula essas funções, tais operadores são utilizados pelos locutores para expressar uma condição para que algo ocorra e também, uma incerteza com relação a

ocorrência dessa condição. Com isso, o locutor não se compromete com o conteúdo do dito e o apresenta como uma possibilidade, tirando, portanto, a responsabilidade de si e atribuindo-a para seu interlocutor.

Outros operadores que também apareceram nas análises das cartas comerciais foram: os de alternância, de demarcação de classe de argumentos, de condicionalidade, de ativação de pressupostos, de conformidade, entre outros.

O estudo da Teoria da Argumentação e da Teoria da Modalização nos possibilitou compreender como ocorrem as estratégias argumentativas nas cartas comerciais. Tais estratégias são utilizadas por um locutor para revelar suas intenções e posicionamentos com relação ao enunciado, e também sua maneira de agir para como o interlocutor.

7. Considerações Finais

Ao longo da investigação visualizamos, com base na análise das cartas comerciais acima descritas, que o locutor utilizou estratégias argumentativas diversas para direcionar como seu texto deveria ser lido. Com isso, o que podemos concluir a respeito do gênero textual/discursivo carta comercial é que, a argumentatividade (a subjetividade e a intersubjetividade) está presente nesse gênero através dos operadores argumentativos e dos modalizadores discursivos.

Ao fazer uso de tais operadores e modalizadores, o locutor utiliza estratégias argumentativas diversas para interagir com o seu interlocutor; ora indicando como ele deseja que seu texto seja lido, e assim atuando sobre ele; ora demonstrando como ele deseja que seu interlocutor responda ao que lhe foi posto.

O que mais nos chamou a atenção ao término da investigação foi a grande quantidade de ocorrência dos modalizadores deônticos de obrigatoriedade, indicando instrução, e dos modalizadores avaliativos. Os modalizadores deônticos de obrigatoriedade indicando instrução apareceram sob a forma de verbos no imperativo, em todos os tipos de cartas comerciais analisadas (cobrança, informativa, divulgação), sendo utilizados pelo locutor para dar instruções ao interlocutor de como agir diante do que está sendo posto no texto. Isso nos faz concluir que é característico do próprio gênero o uso desses modalizadores nas cartas comerciais. Já os modalizadores avaliativos aparecem nas cartas ressaltando o ponto de vista do locutor e sua posição de envolvimento em relação ao dito.

É de suma importância destacar que a presença dos operadores argumentativos e dos modalizadores no gênero carta comercial serve para negar o discurso dos manuais de redação, os quais tratam a carta como sendo um gênero impessoal, longe de qualquer argumentatividade. No entanto, nossa investigação mostrou que esses elementos linguísticos encontrados nas cartas são característicos do próprio gênero e marcam a individualidade do locutor, a qual fica registrada no texto. Com isso, podemos confirmar que ninguém fala ou escreve sem uma intenção, e essa intenção não só fica registrada no material linguístico selecionado para a interação, mas também, como afirma Ducrot (1988), já está presente na própria estrutura da língua.

Com relação às contribuições do tema abordado para a área Secretarial, é importante destacar que, como faz parte das atribuições dos profissionais de Secretariado a redação de cartas comerciais, bem como, de tantos outros documentos que compõem a Redação Comercial, conhecer e dominar o funcionamento das estratégias argumentativas causadas pelos diversos tipos de operadores e modalizadores no referido gênero, permitirá que esse profissional, ao redigir ou utilizar-se desse documento, saiba se posicionar mediante aquilo que ele deseja comunicar em seus textos, e também saiba como agir para alcançar seus

objetivos interacionais com mais eficácia. Como vimos nas análises das cartas, essas estratégias argumentativas se materializam em função de diferentes intenções discursivas: levar o interlocutor a quitar débitos em cartas de cobrança; ou a convencê-lo a adquirir algum tipo de produto oferecido pela empresa, em cartas de divulgação ou renovação de contrato; ou ainda a convencer o interlocutor a atender alguma solicitação, entre outros.

Salientamos que, na investigação realizada, não foram encontrados casos de polifonia, por isso o foco da pesquisa foi direcionado para a ocorrência e funcionamento dos operadores argumentativos e dos modalizadores. Portanto, só é possível afirmar até o momento que, de acordo com o *corpus* analisado, apenas os operadores e os modalizadores são características semântico-argumentativas do gênero carta comercial.

8. Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Estática da criação verbal**. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000 [1895 – 1975]
- CASTILHO, A.T.; CASTILHO, C.M.M de. Advérbios Modalizadores. IN: ILARI, Rodolfo (org) *Gramática do Português Falado*. Vol. II: Níveis de Análise Lingüística. 2ª Edição. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993.
- CERVONI, Jean. *A Enunciação*. São Paulo: Ática, 1989.
- DUCROT, Oswald. **Polifonia y Argumentación**: Conferencias del Seminario Teoria de la Argumentación y Análisis del Discurso. Cali: Universidad del Valle, 1988.
- _____. **O dizer e o dito**. Revisão técnica da tradução Eduardo Guimarães. Campinas SP: Pontes, 1987.
- ESPÍNDOLA, Luciene; NASCIMENTO, Erivaldo Pereira do. **O Gênero Discursivo Carta (Características Estruturais e Discursivas)**. Paraíba: 2009. Disponível em: <http://sites.google.com/site/lasprat/Home/publicacoes/artigos_luciene_espindola> Acessado em: 25/08/2010.
- KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *A Interação pela Linguagem*. 5ª edição. São Paulo: Contexto, 2000.
- LIMA, Laison; NOVAIS, Jonrick; LINS, Filipe. **Carta Comercial**. Bahia: 2009. Disponível em: <<http://gtcartacomercial.blogspot.com>> Acessado em: 18/08/2010.
- MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da Secretária**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- NASCIMENTO, Erivaldo Pereira do. *Jogando com as vozes do outro: argumentação na notícia jornalística*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2009.
- _____. **A modalização deôntica e suas peculiaridades semântico-pragmáticas**. Fórum Linguístico, Florianópolis, 2010.
- NASCIMENTO, Erivaldo Pereira do; ESPÍNDOLA, Lucienne. **Marcas do Interlocutor em cartas produzidas**. Revista Gelne, 2009.
- PACOLA, Eliane Cristina. **Secretariado administrativo**: com exercícios práticos. 3. Ed. rev. e ampl. – Santa Cruz do Rio Prado, SP: Editora Viena, 2005.
- SILVA, Maria Lucilene da; PORONGABA, Edna. **Redação Oficial e Empresarial**. Maceio: 2006. Disponível em: <www.ebah.com.br/redacao-oficial-e-empresarial-doc-a10164.html> Acesso em: 25/08/2010.
- VILARINO, Sabrina. **Carta Comercial**. Disponível em:<www.brasilecola.com/redacao/cartacomercial.htm> Acesso em: 18/08/2010.
- ZANOTTO, Normélio. **E-mail e carta comercial**: estudo contrastivo de gênero textual. Caxias do Sul: Ednes, 2005.