



## O PROCESSO DE ARTICULAÇÃO DE CLÁUSULAS EM INTERFACE COM A TEORIA DA ESTRUTURA RETÓRICA DO TEXTO

Arlete Ribeiro Nepomuceno<sup>1</sup>, Maria Ieda Almeida Muniz<sup>2</sup> e Ana Clara Gonçalves Alves de Meira<sup>3</sup>

1. Professora da Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes), no estado de Minas Gerais, doutoranda em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e bolsista da Fapemig. ([arletenepo@gmail.com](mailto:arletenepo@gmail.com))
2. Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), doutora em Linguística Aplicada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e bolsista da Fundação Araucária.
3. Doutoranda em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e bolsista da Capes.

Recebido em: 06/10/2012 – Aprovado em: 15/11/2012 – Publicado em: 30/11/2012

### RESUMO

O estudo empreendido busca investigar a combinação de cláusulas na mídia publicitária, partindo da hipótese de que o modo pelo qual as cláusulas se combinam podem diferir de acordo com o gênero textual a que se prestam. A análise qualitativo-interpretativa apoia-se nos construtos teóricos funcionalistas, mais especificamente na Teoria da Estrutura Retórica dos Textos, advogada por MANN & THOMPSON (1983, 1985), MATTHIESSEN & THOMPSON (1988), entre outros. Objetiva-se verificar as relações implícitas emergentes, bem como de que forma o gênero anúncio publicitário influencia no uso dessas cláusulas. Nesse viés, como resultados parciais, nota-se que a relação retórica predominante no *corpus* é a de *motivação*, estando ligada à persuasão, característica marcante na argumentação de anúncios publicitários, a qual figura como uma estratégia criativa utilizada pelo produtor para organizar funcionalmente o seu discurso. Chega-se a conclusão parcial de que o estudo dessas cláusulas permite considerar e detectar motivações que concorrem para que uma cláusula seja o que é e se comporte e se represente como tal.

**PALAVRAS-CHAVE:** Teoria da Estrutura Retórica dos Textos; combinação de cláusulas; funcionalismo.

### THE ARTICULATION CLAUSES PROCESS INTERFACES WITH THE RHETORICAL STRUCTURE THEORY

### ABSTRACT

The study undertaken here seeks to investigate the combination of clauses in the advertising media, considering the hypothesis that the way clauses are combined can be different according to the textual genre they belong. The qualitative-interpretative analysis is based on functionalist theoretical constructs, specifically Rhetorical Structure Theory, studied for MANN and THOMPSON (1983, 1985),

MATTHIESSEN and THOMPSON (1988), among others. The purpose is to verify the implicit relations emerged as well as advertising genre influences the use of such clauses. As partial results, it is noticed that the prevalent rhetorical relations in corpus is motivation, being linked to persuasion, a typical feature in the advertising argumentation which represent a creative strategy used by the producer to organize his speech functionally. The partial conclusion is that study of these clauses allows to consider and detect motivations that contribute for the clause to be what it is and represent and behave itself this way.

**KEYWORDS:** Rhetorical Structure Theory; combination clauses; functionalism.

## INTRODUÇÃO

Com base nos pressupostos funcionalistas postulados por MATTHIESSEN & THOMPSON (1988), este estudo analisa a combinação<sup>1</sup> de cláusulas<sup>2</sup> na mídia publicitária. Para atingir tal propósito, objetiva-se verificar que fatores interferem no processo de articulação de cláusulas em anúncios publicitários no nível discursivo<sup>3</sup>, as relações implícitas emergentes, bem como verificar como o gênero publicitário influencia no uso dessas cláusulas.

Numa análise qualitativo-interpretativa, o referencial teórico-metodológico procede da gramática sistêmico-funcional (HALLIDAY, 2004 [1985]) e da teoria funcionalista da costa-oeste dos Estados Unidos, em especial, na Teoria da Estrutura Retórica dos Textos – doravante RST (Rhetorical Structure Theory) –, advogada por MANN & THOMPSON (1983, 1985) e MATTHIESSEN & THOMPSON (1988), entre outros. No primeiro modelo, HALLIDAY, partindo de um estudo em que há um entrecruzamento do eixo tático e lógico-semântico, propõe um estudo dos complexos oracionais paratáticos, hipotáticos e encaixamento. No segundo modelo, MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) buscam, com motivação discursiva, evidenciar na combinação de orações o significado que emerge da contiguidade de cláusulas paratáticas e hipotáticas, tendo como interesse um tipo de combinação particular: hipotaxe de realce. Segundo esses autores, as estratégias usadas para combinar cláusulas são análogas àquelas que organizam o texto.

No que diz respeito ao gênero a ser trabalhado, anúncio publicitário, evidencia-se que o diálogo que se pretende realizar está circunscrito na consideração de que a publicidade faz valer o poder persuasivo das palavras em seus anúncios, o que difere da propaganda. Nessa medida, não se utiliza, intercambiavelmente, convencer e persuadir, por acreditar que o ato de argumentar é mais um ato de persuadir do que de convencer “que ‘procura atingir a vontade’, envolvendo a subjetividade, a temporalidade, buscando adesão e não criando incertezas” (MARCUSCHI, 2002, p.10), termos-chave da publicidade, o que, nesse ponto, não corrobora o pensamento de PERELMANN & TYTECA (2005).

As ocorrências sobre as quais se reflete são amostras representativas de anúncios publicitários do português escrito em uso, com cláusulas não marcadas por conectivo, colhidas em fontes diversas: revistas, panfletos, *outdoors*, etc. Nesse contexto, a escolha desse gênero se justifica como forma de abordá-lo

---

<sup>1</sup> Ao longo deste trabalho, por questões estilísticas, usam-se, intercambiavelmente, as palavras combinação e articulação.

<sup>2</sup> Convém ressaltar que neste trabalho usa-se, também, indistintamente cláusula e oração.

<sup>3</sup> Os termos texto e discurso são considerados, neste trabalho, como designadores de noções semelhantes, em que “texto se identifica com discurso em sua acepção ampla” (DECAT, 1993, p.118; 2001). Melhor dizendo: entendido por COSTA VAL (1991, p. 3) como “ocorrência linguística falada ou escrita, de qualquer extensão, dotada de unidade sociocomunicativa, semântica e formal”, uma “unidade de linguagem em uso”.

considerando-o na sua completude e funcionalidade, explorável segundo a situação na qual se deu a sua produção.

Para alcançar os objetivos traçados, opta-se de início por tecer primeiramente um breve resgate do funcionalismo, matizado com o processo de articulação de cláusulas segundo HALLIDAY (2004 [1985]) e MATTHIESSEN & THOMPSON (1988), com ênfase na RST, na qual se inserem as proposições relacionais<sup>4</sup> (relações retóricas), em interlocução com estudos sobre a argumentação e o gênero anúncio publicitário. Posteriormente, apresentam-se a discussão dos dados e os resultados.

## O Funcionalismo

Ao realizar uma revisão teórica do Funcionalismo, percebe-se que essa corrente se detém nas relações entre a língua como um todo e as diversas modalidades de interação social, destacando a relevância do contexto social na compreensão da natureza das línguas. Em vista disso, segundo CASTILHO (1994, p. 76), “ao contextualizar os fatos gramaticais na situação de fala que os gerou, toma como ponto de partida as significações das expressões linguísticas, indagando como elas se codificam gramaticalmente”.

Nesse viés, sem a preocupação normativa, o Funcionalismo prega que o uso ratifica a forma e legitima a escolha. Na verdade, entendendo a língua “como uma estrutura maleável, sujeita a pressões oriundas das diferentes situações comunicativas, que ajudam a determinar sua estrutura gramatical e constituindo-se como um código não inteiramente arbitrário” (FURTADO DA CUNHA *et al.*, 2003, p. 20), o Funcionalismo acaba por explicar a forma por meio do uso que dela se faz. Portanto, é em situação real de comunicação que se buscará explicação para as estruturas linguísticas: “a forma da língua deve refletir a função comunicativa que exerce ou ser restringida por ela” (FURTADO DA CUNHA, 1996, p.169).

Consoante HOYOS-ANDRADE (1994, p. 94-95), o funcionalista é o estudioso que:

- i) preocupado com as funções, as tarefas e os papéis que a linguagem desempenha no convívio humano, procura verificar como ela os realiza na construção dos seus enunciados;
- ii) dedica-se a descrever e analisar as unidades que as línguas possuem e utilizam no seu funcionamento, bem como as tarefas particulares que essas unidades realizam no processo de comunicação linguística;
- iii) especializa-se no estudo das relações (funções gramaticais ou sintáticas estudadas a partir de como as línguas naturais funcionam de fato) que se estabelecem entre os elementos significativos dos enunciados lingüísticos e as maneiras como essas relações podem ser reconhecidas pelos usuários das diferentes línguas.

---

<sup>4</sup> Há de se destacar que as proposições relacionais (MANN & THOMPSON, 1983) se caracterizam como as inferências codificadas por diferentes construções sintáticas, constituindo relações semânticas implícitas que emergem da adjacência de duas ou mais porções de texto, não sendo transportadas por uma oração desvinculada do seu contexto. Segundo TABOADA (2009, p. 127), as proposições relacionais recebem outros rótulos como relações discursivas, relações de coerência ou relações retóricas.

Em outras palavras, pode-se dizer que um estudioso funcionalista procura mostrar aspectos gramaticais e explicar por que a forma linguística é como é e se comporta e se representa com tal, levando-se em consideração as diversas funções desempenhadas pela linguagem.

Lançando um olhar sobre a diversidade de proposições surgidas a partir do “Círculo de Praga” sob o rótulo de “funcionalismo”, vê-se que a caracterização do que atualmente se chama abordagem funcionalista da linguagem não é tarefa fácil.

Nesse ponto, veja-se o que afirma NEVES:

Caracterizar o funcionalismo é uma tarefa difícil, já que os rótulos que se conferem aos estudos ditos “funcionalistas” mais representativos se ligam diretamente aos nomes dos estudiosos que os desenvolveram, não a características definidoras da corrente teórica em que elas se colocam. Prideaux (1994) afirma que provavelmente existem tantas versões do funcionalismo como quantos linguistas que se chamam funcionalistas, denominação que abrange desde os que simplesmente rejeitaram o formalismo até os que criam uma teoria. A verdade é que, dentro do que vem sendo denominado – ou autodenominado – “funcionalismo”, existem modelos muito diferentes (NEVES, 2001, p.1).

Diante do exposto, pode-se chegar à conclusão de que há um desnudamento do estado atual das abordagens funcionalistas, evidenciando que o Funcionalismo não é um campo de pesquisas unificado, abrigando correntes na verdade distintas e congregando várias visões, nas quais as diferentes concepções teóricas estão vinculadas mais ao nome de quem as desenvolveu.

Assim é que os trabalhos de linguistas como Thompson, Hopper, Givón, entre outros, compõem o grupo funcionalista da costa-oeste dos Estados-Unidos que considera a gramática fortemente influenciada pelo discurso numa concepção dita extremada. Segundo ANTONIO (2003, p. 225), entre as publicações desses funcionalistas, pode-se citar: *Discourse and Syntax* (GIVÓN, 1979) e *Clause Combining in Grammar and Discourse* (HAIMANN & THOMPSON). De acordo com essa concepção:

a sintaxe é uma estrutura em constante mutação em consequência das vicissitudes do discurso. Ou seja, a sintaxe tem a forma que tem em razão das estratégias de organização da informação empregadas pelos falantes no momento da interação discursiva. Dessa forma, para compreender o fenômeno sintático, seria preciso estudar a língua, em seus contextos discursivos específicos, pois é nesse espaço que a gramática é constituída (FURTADO DA CUNHA *et al.*, 2003, p. 25-26).

Depreende-se a relação inextricável entre discurso e gramática. Como bem assevera NEVES: “Se afirmações como ‘a gramática de hoje é o discurso de ontem’ ou ‘o discurso de hoje é a gramática de amanhã’ têm parecido muito extremadas, a noção de que a gramática é sensível às pressões o uso parece não poder ser negada” (NEVES, 1997, p. 15). DU BOIS concebe as relações entre gramática e discurso como “a gramática é feita à imagem do discurso”; entretanto

o discurso “nunca é observado sem a roupagem da gramática” (DU BOIS, 1993, p. 11). Nesses termos, o discurso “molda” a gramática, e a gramática “molda” o discurso.

É, pois, a partir desse funcionalismo “extremado”, advogado por estudiosos da RST, que se mostram, mais adiante, exemplos da língua em uso formatados em anúncios publicitários.

Na sequência, apresenta-se o processo de articulação de cláusulas na visão da gramática sistêmico-funcional de Halliday.

## **A GRAMÁTICA SISTÊMICO-FUNCIONAL E A ARTICULAÇÃO DE ORAÇÕES**

No tocante à articulação de cláusulas, HALLIDAY (2004, p. 383-395) analisa as orações complexas por meio de duas dimensões: interdependência (sistema tático) e tipo de relações semântico-funcionais. O sistema de interdependência inclui a parataxe e a hipotaxe e aplica-se a todos os complexos oracionais, sejam palavras, sejam orações. Hipotaxe é uma relação entre um elemento dependente e um dominante, enquanto a parataxe é uma relação entre elementos de estatutos iguais, um iniciando e o outro continuando a sequência. Além desses dois processos de combinação, existe, ainda, o encaixamento, que fica fora do eixo tático, em que orações funcionam como constituintes da estrutura do sintagma que, por sua vez, é constituinte da frase. Desse modo, não é parataxe nem hipotaxe, pois não constitui uma relação entre orações. Assim, surge, dentro do que se acostumou chamar de subordinação, a diferença entre estruturas de encaixamento e estruturas de hipotaxe.

A segunda dimensão inclui a expansão e a projeção e é específica das relações interoracionais. A projeção e a expansão incluem subvariedades. No que se refere à primeira, a oração secundária<sup>5</sup>, projetada pela segunda, pode instanciar uma locução ou ideia, representadas na parataxe pelo discurso direto e na hipotaxe pelo discurso indireto. No que se refere à segunda, a oração secundária expande a primária por três tipos de relações entre orações: elaboração, extensão ou realce. Resumidamente, na elaboração, uma oração tem seu sentido elaborado por outra que a especifica ou descreve, reformulando-a ou exemplificando-a. Na extensão, uma oração amplia o sentido de outra, acrescentando informação nova. Ocorre por adição, por relação de adversidade ou variação. Na relação de realce, uma oração realça o significando de outra, qualificando-a em termos de referência ao tempo ou ao espaço, modo, causa-condição, etc.

Assim, este olhar *hallidayano* sobre os complexos oracionais paratáticos e hipotáticos e o encaixamento, entrecruzando eixo tático com eixo lógico-semântico, traz a lume a produção de um modelo de múltiplas perspectivas sintático-semânticas a serviço da linguagem em funcionamento com lentes complementares, oferecendo aos analistas novas formas de interpretação do uso da língua.

Há de se destacar, portanto, que, embora HALLIDAY (2004 [1985]) apresente uma análise metódica de diferentes estratégias sintáticas de articulação de cláusulas, com uma valiosa contribuição para os estudos dos complexos oracionais ao incluir o eixo lógico-semântico, falta a abordagem de uma língua marcada pela motivação discursiva e pelo desenvolvimento dos padrões oracionais como se vê na

---

<sup>5</sup> De acordo com HALLIDAY (2004 [1985]), a primeira oração de uma sequência paratática, bem como a oração dominante de uma sequência hipotática, é dita primária. Já as que sucedem as primárias de uma sequência paratáticas e a dependente de uma sequência hipotática são chamadas de secundárias.

proposta de combinação de cláusulas adotada por MATTHIESSEN & THOMPSON (1988). É como explica NEVES:

Uma proposta que pode ser considerada de caráter inaugural no desenvolvimento da compreensão de como as orações se organizam em uma frase complexa é a que está em Matthiessen & Thompson (1988). Considera-se aí que a avaliação do grau de interdependência das orações de um enunciado complexo (a parataxe e a hipotaxe de Halliday, 1985) tem de completar-se com a consideração das funções discursivas, isto é, não pode resolver-se totalmente no nível interno à frase (NEVES, 2006, p. 229).

Segundo a concepção de BRAGA:

A meu ver, a superposição entre as propostas de Halliday, de um lado, e de Matthiessen & Thompson, de outro, diz respeito às motivações pragmático-discursivas das construções hipotáticas. Para os dois últimos, elas representam a gramaticalização das unidades retóricas que constroem o discurso (BRAGA, 2001, p. 27).

Por esta razão, abre-se espaço para discutir a combinação de cláusulas proposta por MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) com uma proposta na gramática e no discurso.

### **A ARTICULAÇÃO DE ORAÇÕES NA GRAMÁTICA E NO DISCURSO SEGUNDO MATTHIESSEN & THOMPSON (1988)**

Partindo do pressuposto de que só é possível uma caracterização confiável do modo como as cláusulas se articulam se se levar em consideração o contexto discursivo em que se apresentam, MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) não pretendem discutir a dicotomia coordenação *versus* subordinação, mas sim considerar a distinção entre dois processos básicos de articulação de cláusulas – combinação e encaixamento –, tendo como interesse um tipo de combinação particular: hipotaxe de realce. Nesse contexto, o discurso é coerente, em que cada unidade básica dele mantém certa relação funcional com a unidade que a precede e que a segue.

Assumindo o dispositivo teórico de HALLIDAY<sup>6</sup> (2004 [1985]), MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) postulam que existem no complexo de orações duas relações básicas que, em termos de grau de interdependência, podem ser estabelecidas entre orações ou entre porções maiores de texto: parataxe e hipotaxe. Na parataxe, as porções textuais estabelecem relações entre unidades de estatutos iguais numa lista em que um todo se encontra numa relação funcional com as partes vizinhas, sem que haja entre as partes nenhuma ligação necessária. Na hipotaxe,

---

<sup>6</sup> A propósito, retomando BRAGA (2001, p. 26), vale assinalar: enquanto HALLIDAY (2004 [1985]) advoga que encaixamento compreende, além das orações que funcionam como pós-modificadores, apenas as denominadas projeções de atos ou fatos, MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) consideram o fato de encaixamento incluir, além das restritivas, as completivas que funcionam como sujeito e objeto.

estabelecem relações entre unidades de estatutos desiguais: uma nuclear e outra periférica, as quais podem estabelecer um número ilimitado de relações organizacionais, nas quais não há uma fixidez na ordem núcleo-satélite, mas há apenas um núcleo.

Seguindo esse raciocínio, pode-se perceber que há um paralelismo entre as relações retóricas multinucleares e as núcleo-satélites, correspondendo, respectivamente, à distinção entre parataxe e hipotaxe (MATTHIESSEN & THOMPSON, 1988, p. 300).

No que diz respeito ao encaixamento, ainda que fuja do escopo desta pesquisa, é conveniente conceituá-lo em virtude de ser considerado como uma relação de constituição que difere da combinação de cláusulas. Assim, a abordagem funcional empreendida por MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) “leva à interpretação do encaixamento como uma relação parte todo” (DECAT, 1993, p. 116), em que “uma cláusula mudou para servir a uma função diferente daquela à qual é normal que as outras cláusulas sirvam” (DECAT, 1993, p. 116), funcionando como complemento de um termo da outra oração.

Retomando o postulado de que a articulação de cláusulas deve ser observada no nível do discurso, o aspecto fundamental da abordagem de MATTHIESSEN & THOMPSON (1988, p. 300-301) consiste na hipótese de que a gramática de articulação de cláusulas reflete a organização retórica do discurso como um todo. Assim sendo, assumem o princípio de que diferentes tipos de relações retóricas que se processam nos textos em geral se atualizam através de diferentes processos de combinação de orações. Nesse viés, há o estabelecimento de uma similaridade estrutural entre articulação de cláusulas e organização do texto.

Refinando seus argumentos quanto à hipótese aventada, MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) sugerem que a articulação de cláusulas hipotáticas de realce deve ser observada como uma gramaticalização<sup>7</sup> das relações retóricas instanciadas numa situação discursiva. Nessa medida, relações como as de causa, condição, concessão, tempo, entre outras, são relações retóricas que existem entre quaisquer partes de um texto e podem se gramaticalizar na articulação de cláusulas, seja nas orações paratáticas, seja nas hipotáticas. Assim, na tessitura retórica, entre porções menores ou maiores, evidenciam-se relações multinucleares e núcleo-satélites. Nas primeiras, não há nenhuma parte da oração a serviço da outra, mas há uma parte de texto em seguida da outra. Por outro lado, nas segundas, a porção escolhida como *núcleo* é aquela que é mais central para os propósitos do produtor do texto. Segundo NEVES (2006, p. 233): “embora altamente sensíveis às determinações do discurso”, os *satélites* “são termos opcionais, e, por isso mesmo, particularmente ligados a escolhas do falante, na busca natural do melhor cumprimento de funções no seu enunciado”. De um modo geral, os satélites criam um contexto necessário ao entendimento das informações mais importantes.

---

<sup>7</sup> O termo gramaticalização é tratado, nesta pesquisa, no seu sentido não restrito, conforme orientação de BRAGA (2001, p. 27), como “aquela que contempla as forças e a maneira como as formas e construções gramaticais emergem, são utilizadas e formatam a língua”, tal como sustentado HOPPER & TRAUGOT (1993)

Para MATTHIESSEN & THOMPSON (1988, p. 289), essas relações são centrais não só para a produção, como para o funcionamento do texto como um meio de o produtor atingir seus objetivos na comunicação e o leitor/ouvinte poder obter informações que o auxiliem a descobrir os objetivos para os quais o texto foi produzido. Ainda com relação às orações núcleo-satélite, nas quais se centraram os autores em pauta, para os quais a capacidade de o usuário processar um texto em que certas unidades relevam sobre outras é reflexo de uma tendência cognitiva geral, pode-se evidenciar que esse julgamento é corroborado por NEVES (2006), de quem se cita um excerto:

Na interação é que resolve a atribuição de caráter nuclear ou suplementar às partes: quem fala ou escreve já constrói seu texto projetando sua expectativa do julgamento do leitor ou ouvinte sobre a nuclearidade ou a suplementariedade das partes, julgamento que é regido cognitivamente (NEVES, 2006, p. 229-230).

## **A TEORIA DA ESTRUTURA RÉTORICA DO TEXTO (RST)**

No que concerne à Teoria da Estrutura Retórica do Texto (RST), segundo ANTONIO (2004, p. 38), de inspiração em MANN & THOMPSON, 1983; MANN & THOMPSON, 1985; MANN & THOMPSON, 1987a; MANN & THOMPSON, 1987b; MANN *et al.*, 1989; MATTHIESSEN & THOMPSON, 1988; MANN *et al.*, 1992, a Teoria da Estrutura Retórica do Texto é uma teoria formulada para segmentar textos em unidades menores (microestruturas<sup>8</sup>) ou maiores de significado (macroestruturas), o que possibilita ser um modelo de múltiplas perspectivas por meio de um discurso multiproposicional.

A RST permite descrever a estrutura hierárquica do texto por meio de relações que podem ser estabelecidas entre partes de vários tamanhos, desde orações a porções maiores de texto: as do tipo núcleo-satélite e as do tipo multinucleares, como vimos anteriormente, das quais a mais frequente é a núcleo-satélite. Nesse contexto, as relações da RST podem ser divididas em paratáticas e hipotáticas, em que os pares apresentam unidades com diferentes graus de importância ou o mesmo grau de importância.

Há de se ressaltar que, de acordo com a RST, há alguns pressupostos teóricos, entre os quais se destacam:

- 1 Organização: o texto possui partes funcionalmente significantes que podem se articular para criar não só partes maiores, como também todo o texto;
- 2 Unidade e coerência: as partes do texto são criadas para atingir um único objetivo;
- 3 Hierarquia: o texto é organizado de modo que as partes elementares são articuladas em partes maiores até chegar ao texto inteiro;
- 4 Homogeneidade: há segmentos relacionais para a organização do texto;

---

<sup>8</sup> A concepção de microestrutura adotada está em conformidade com VAN DIJK (2001), para quem “microestrutura envolve relações [...] entre proposições, isto é, em pares, conexões lineares entre elementos numa seqüência” (VAN DIJK, 2001, p. 50).



- 5 Relações assimétricas: há uma assimetria entre partes do texto: núcleo e satélite;
- 6 Número de relações: ilimitado, possibilitando o aparecimento de relações adicionais;
- 7 Natureza das relações: funcionais (MANN *et al.*, 1989, p. 6-9).

Vale assinalar que o analista, para identificação das relações retóricas, baseia-se na plausibilidade da intenção do produtor, em função da impossibilidade de ele não ter contato com quem elaborou o texto, nem ter acesso aos receptores, realizando uma análise a partir do texto em si, assim como das condições de produção nas quais ele ocorreu. Isso significa que o texto reflete as opções dele.

Segundo FOLLMANN (2008, p. 166), o produtor, “opta por determinada organização, estrategicamente escolhida visando ao cumprimento do fim comunicativo de seu texto”.

Outrossim, para a identificação das relações, o analista deve segmentar o texto em unidades que, necessariamente, mantêm relação entre si na construção textual. As unidades do texto serão designadas como porções textuais. Assim, não se trabalha com o termo *sentença* por remeter à Gramática Tradicional, nem com *enunciado* que se ancora na Teoria da Enunciação. Como o aporte teórico se concentra na RST, utiliza-se o termo *porções de texto* para se referir às partes menores constituintes de um texto. O uso desse termo se deve ao fato de MANN (1984) explicar que as unidades menores que formam um texto são chamadas de *spans*. Desse modo, para denominar *spans*, o termo empregado, nesta pesquisa, é porção de texto.

Segundo o modelo de MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) e MANN & THOMPSON (1987b), há uma tipologização de funções que caracterizam a organização textual em termos das relações núcleo-satélites que se estabelecem no texto:

- i) funções que estão a serviço do assunto do texto, as quais possuem como efeito conduzir o leitor/ouvinte ao reconhecimento da relação que emerge;
- ii) funções apresentacionais da relação, as quais auxiliam no processo da enunciação, como meio para incrementar algum tipo de reação/predisposição no leitor/ouvinte, dirigindo-o, por exemplo, a acreditar no conteúdo do núcleo ou a aceitá-lo.

Em meio a essa tipologia de relações núcleo-satélite, a qual foi subdividida em dois grupos, pode-se evidenciar uma gama de relações assim tipificadas, nos termos de MATTHIESSEN & THOMPSON (1988) e MANN & THOMPSON (1987b)

- i) assunto: elaboração, circunstância, solução, causa volitiva e não volitiva, resultado volitivo e não volitivo, propósito, condição, interpretação, meio, avaliação, resumo, sequência, contraste, etc.;
- ii) apresentação: motivação, antítese, *background*, competência, evidência, justificativa, concessão, preparação, etc.

Nos dois quadros<sup>9</sup> que se seguem, por grupos, apresentam-se o nome das relações, os núcleos e definição das funções a que se prestam os satélites e os núcleos. Salienta-se que, a título de ilustração, mapeam-se apenas algumas relações retóricas.

#### QUADRO 1- Relações que dizem respeito ao assunto

Nome da relação	Núcleo	Satélite
Preparação	texto a apresentar	texto que prepara o leitor para prever e interpretar o texto que se vai apresentar
Causa volitiva	Uma situação	Outra situação que causa a primeira, sem ser causada por uma ação voluntária
Causa não volitiva	Uma situação	Outra situação que causa a primeira, por meio da ação voluntária de uma pessoa ou pessoas
Condição	ação ou situação resultante da situação condicionante	situação condicionante
Resultado volitivo	é mais importante do que aquilo que satélite pode ocasionar	constitui uma situação ou ação voluntária possivelmente resultante de uma ação voluntária
Resultado não volitivo	sua relação com o satélite é mais importante, pois foi o núcleo que o causou	não apresenta uma ação voluntária

#### QUADRO 2 - Relações que dizem respeito à apresentação

Nome da relação	Núcleo	Satélite
Motivação	uma ação	Informação que objetiva aumentar o desejo do leitor no sentido de executar a ação
Evidência	uma afirmação	informação que objetiva conseguir que o leitor concorde com a afirmação

Na sequência, no quadro 3 que se segue, apresentam-se algumas relações multinucleares, entre as quais se dá ênfase à relação de contraste na análise dos dados.

<sup>9</sup> Quadros reelaborados de acordo com as relações disponíveis em: <http://www.sfu.ca/rst/07portuguese/intro.html>. Acesso em: 18 maio 2010. A propósito, é importante assinalar que, apesar de haver um quadro específico disponível no sítio da RST, esse foi reelaborado.

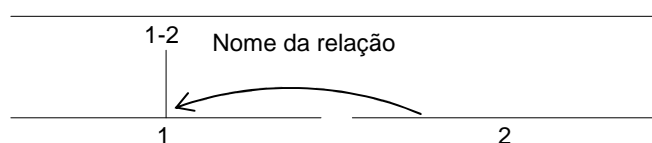
### QUADRO 3 - Relações multinucleares

Nome da relação	Restrições sobre o núcleo	Efeito
Conjunção	Os elementos unem-se para formar uma unidade em que cada um dos elementos desempenha um papel semelhante	L <sup>10</sup> reconhece que os elementos inter-relacionados se encontram em conjunto
Contraste	nunca mais de dois núcleos; as situações nesses dois núcleos são: (a) compreendidas como as mesmas em vários aspectos; (b) compreendidas como diferentes em alguns aspectos; e (c) comparadas em termos de uma ou mais dessas diferenças	L reconhece a possibilidade de comparação e a(s) diferença (s) suscitada(s) pela comparação realizada
Disjunção	um dos elementos apresenta uma alternativa (não necessariamente exclusiva à(s) outra(s))	L reconhece que os elementos inter-relacionados são alternativas

Dando continuidade aos estudos da RST, a partir das relações retóricas, a RST possibilita a elaboração de esquemas. Os esquemas figuram como padrões abstratos, pré-definidos que determinam o modo pelo qual as porções do texto se relacionam para formar porções menores, maiores ou todo um texto, como se verá mais adiante. Como bem assevera FOLLMANN (2008, p.166), “cada esquema consiste de um conjunto diferente de segmentos textuais e, dentro de um esquema multi-relação, aplica-se a um conjunto diferente de segmentos”.

Na sequência, vejam-se os esquemas da relação núcleo-satélite e da relação multinuclear:

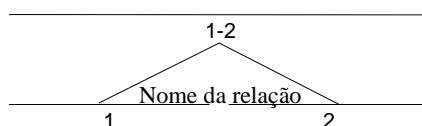
a) relações núcleo-satélites: uma porção do texto (satélite) é ancilar à outra (núcleo), como na figura 1. Nessa medida, um arco vai da porção que serve de subsídio (satélite) para a porção que funciona como núcleo:



**FIGURA 1** - Esquema da relação núcleo-satélite

b) relações multinucleares: uma porção do texto não é ancilar à outra; cada porção é um núcleo distinto, como na figura 2:

<sup>10</sup> Há de se destacar que L corresponde a leitor; N, ao núcleo; S ao satélite. Leitor é todo aquele que é receptor do discurso, seja leitor, seja ouvinte.



**FIGURA 2** - Esquema da relação multinuclear

Por essa via, cada um desses esquemas indica o nome de uma relação que ele pode ilustrar. Segundo a RST, ao marcar o direcionamento dos núcleos e dos satélites, os arcos representam relações estabelecidas, com setas sempre do satélite em direção ao núcleo, e as linhas verticais identificam a parte nuclear da relação. Com relação às multinucleares, elas são representadas por diagonais. Há de se destacar que, embora na articulação de orações possa depreender mais de uma relação pragmático-discursiva, em consonância com a RST, destaca-se nos diagramas-arbóreos somente a relação mais evidente, como se verá posteriormente na análise dos dados.

Além das relações retóricas e dos esquemas, dos quais já se falou, a RST possibilita, também, a aplicação de esquemas e a estrutura.

No que diz respeito à aplicação dos esquemas, para MANN (1984, p. 16), um esquema, sendo definido por identificar o conjunto de relações que associam um núcleo ao satélite, é aplicado com algumas convenções:

- i) descrição do texto como um todo;
- ii) descrição de partes do texto produzidas na elaboração de outros esquemas;
- iii) não há fixidez da ordem em que aparecem o núcleo e o satélite;
- iv) os satélites são opcionais, mas pelo menos um satélite deve ocorrer;
- v) uma relação que não faz parte de um esquema pode ser aplicada indefinidamente na aplicação do esquema;
- vi) não necessariamente, o núcleo e o satélite devem corresponder a uma porção singular e adjacente do texto.

A estrutura da RST é formada por diagrama com estrutura arbórea – por meio do qual é possível recuperar o objetivo comunicativo do produtor – podendo utilizar na sua elaboração quaisquer relações do conjunto definido (ou, por vezes, relações criadas advindas das interações comunicativas do produtor e do ouvinte/leitor, pois, como bem asseveram MANN & THOMPSON (1983), o conjunto de relações não é fixo e acabado) havendo uma teia de relações que se processam entre porções de texto maiores. Especificamente, nesta pesquisa, em virtude de serem focadas só as relações retóricas na microestrutura textual-discursiva, apresentam-se estruturas arbóreas menores. Assim sendo, como se verá também mais adiante, as estruturas que serão apresentadas não são constituídas por muitos esquemas, pois o *corpus* se constitui de pequenas porções de textos.

Reforçando, MANN & TABOADA (2006, p. 3, *apud* FOLLMANN, 2008, p. 167) afirmam que “estrutura RST são tipicamente representadas como árvores, com uma relação de nível superior abrangendo outras relações em níveis menores”.

## **A ARGUMENTAÇÃO NA LÍNGUA E O ANÚNCIO PUBLICITÁRIO**

De acordo com AQUINO (1997, p.137), a argumentação constitui “função característica da língua”, presente em todo discurso e corresponde a “todos os expedientes usados numa situação discursiva que arrasta o ouvinte a acreditar numa ideia, numa ação”. Nessa perspectiva, a argumentação é a arte de persuadir pelo discurso, assumindo um papel central nas sociedades de consumo, pois, no dia a dia, há uma exposição a mensagens de caráter comercial, nas quais, para persuadir ao consumo, utilizam-se estratégias criativas e arranjos discursivos.

Asseverando que a mais importante função da linguagem é argumentar, afirma MARCUSCHI:

O ato linguístico fundamental é o ato de argumentar. Isto significa que comunicar não é agir na explicitude linguística e sim montar um discurso envolvendo as intenções em modos de dizer cuja ação discursiva se realiza nos diversos atos argumentativos construídos na tríade falar, dizer e mostrar (MARCUSCHI, 2002, p. 10).

Com isso, o ato de argumentar é sempre visto como o ato de persuadir “que procura atingir a vontade”, envolvendo a subjetividade, os sentimentos e a temporalidade, buscando adesão e não criando certezas” (MARCUSCHI, 2002, p.10). A argumentação está envolvida com a função diretiva arrastando o ouvinte a acreditar em algo. Segundo VESTERGAARD & SCHRODER (2004, p. 24), nessa função, a linguagem tem por meta: “influenciar os atos, emoções, crenças e atitudes do destinatário. Aconselhar, recomendar, exortar, convidar, permitir, ordenar, compelir, advertir e ameaçar são exemplos de atos de fala diretivos”.

Daí a defesa de que não há discurso neutro. Tal fato é que leva na concepção *perelmaniana* a dizer “que a linguagem não é só meio de comunicação, mas também um instrumento de ação sobre espíritos, isto é, um meio de persuasão<sup>11</sup>” (PERELMANN, 1970, p. 117 *apud* KOCH, 2002, p. 123).

E ainda:

Nada é mais arbitrário que as distinções escolares entre discurso factual, neutro, descritivo e discurso sentimental, emotivo: estas distinções só têm interesse na medida em que atraem a atenção do estudante sobre a introdução manifesta de valor na argumentação, mas são nefastas na medida em que fazem subentender que existem maneiras de se exprimir que seriam descritivas em si mesmas, discursos em que intervêm os fatos e sua objetividade indiscutível (PERELMANN, 1970, p. 202 *apud* KOCH, 2002, p. 123).

Para que a argumentação seja eficaz, é necessário o conhecimento do auditório. Segundo REBOUL (1998, p. 92), “esse alguém que pode ser um indivíduo ou um grupo ou uma multidão, chama-se auditório” ou “aqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação” (PERELMANN & TYTECA, 2005, p. 22).

---

<sup>11</sup>Segundo PERELMANN & TYTECA (2005, p.33), persuadir refere-se a um auditório particular, enquanto convencer liga-se a um auditório universal. De maneira mais elementar, os autores estabelecem o seguinte vínculo: de um lado, persuasão e ação; do outro, convicção e inteligência. Contudo advertem: “Nosso ponto de vista permite compreender que o matiz entre os termos convencer e persuadir seja sempre imprecisos e que, na prática, deva permanecer assim” (PERELMANN & TYTECA, 2005, p. 33).

Dessa forma, objetivando provocar a adesão do auditório, com a finalidade de compor uma argumentação persuasiva que conduza o leitor/ouvinte à compra do produto e/ou serviço, o discurso publicitário utiliza-se de recursos estilísticos diversos: a pergunta retórica, metáfora, prosódia, simplicidade textual, o silêncio, entre outros, assim como estratégias discursivas, tais como um apelo à razão ou emoção, a antecipação de objeções, o emprego de uma relação causa e efeito, entre outros.

Pensando nas inúmeras inovações tecnológicas e nas frequentes transformações sociais, culturais e históricas, a sociedade globalizada traz em seu bojo um mundo dilatado no tempo e no espaço, no qual a atenção do auditório está voltada para novidades, notícias, músicas, *internet*, etc., concorrendo com a publicidade que não constitui o foco central da atenção do auditório. Sendo assim, para atender às demandas dessa sociedade moderna, a publicidade se renova utilizando diversos arranjos linguísticos e não linguísticos para conquistar a atenção do público-alvo (auditório), passando a ser concebida como um produto mutável do contínuo processo de comunicação e evolução humana. Assim é que os gêneros representam e retratam a realidade de acordo com as manifestações dos sujeitos da comunicação que estão inseridos num tempo histórico e espaço social.

Nesse contexto, o texto publicitário hoje tem outro perfil e, recentemente, em muito se identifica com essas características diversificadas do mundo moderno. Refere-se especificamente sobre a publicidade impressa que tem sido criada e produzida com uma nova modelagem, uma nova estrutura, uma nova gramática da publicidade com orações justapostas<sup>12</sup> que considera as características desse novo auditório e desse novo universo que nos rodeia.

Feitas essas considerações, passa-se a apresentar a análise de alguns textos contidos nos anúncios publicitários como forma de consubstanciar o processo de articulação de cláusulas no texto/discurso.

## **ANÁLISE DO CORPUS**

A título de ilustração, vejam-se algumas considerações e relações retóricas que atuam na combinação de cláusulas não marcadas (sem conectivo), observadas entre porções de texto, na microestrutura de anúncios publicitários.

(1) *Gillette Prestobarba Excel. Leve 4. Pague3.*

(2) *Gostou? Alugue na Master. 3222-3344*

Nesses exemplos em tela, pode-se observar que as orações se apresentam sem a presença de conectivos, estando colocadas uma ao lado da outra, com os verbos na forma finita, o que não implica dizer que, corroborando as gramáticas da tradição, serão classificadas como assindéticas ou orações absolutas.

Pode-se verificar que o fato de a conjunção não encabeçar nenhuma oração não impede que se estabeleçam relações hipotáticas de realce, havendo, pois, relações semântico-funcionais que se processam nas malhas do anúncio publicitário.

---

<sup>12</sup> Há de se destacar que, o embora o conectivo não esteja presente na estrutura, é possível detectar a relação existente entre a articulação de orações, o que é bastante comum e frequente em anúncios publicitários.

Assim, o comportamento das cláusulas é fruto das opções de quem escreve, do estilo, o que constitui um dos fatores de interferência do processo de articulação de cláusulas no discurso. Nesse primeiro caso, por exemplo, o produtor, por meio de uma simplicidade estrutural, traz à baila verbos na forma imperativa que se assemelham por meio da rima: *Leve. Pague*. Segundo SANDMANN (2005, p. 31), “a semelhança [...] passa a existir entre os elementos do mesmo sintagma ou frase. O resultado desse jogo é chamar a atenção do receptor, despertar nele sensações de agrado ou estéticas, ajudar no processo de memorização, fazê-lo se ocupar ou entreter-se com o texto” e, por fim, persuadi-lo a agir.

No segundo caso, o produtor se vale de sua criatividade conjugando verbos de tempos diferentes, em que, no primeiro verbo, imprime um sentido de levar o outro a fazer-fazer algo, criando a necessidade e o desejo de ele consumir o serviço por meio de uma pergunta retórica: *Gostou?* e, no segundo verbo, no imperativo, simplesmente, faz uma imposição: *Alugue na Master!*

Nesses dois exemplos citados, o uso recursivo de cláusulas não encabeçadas por conectivo reflete a força argumentativa que o anúncio publicitário possui para persuadir o outro. Dessa forma, a seleção vocabular, argumento estilístico, é a “alma do negócio”. Percebe-se que a estratégia dos verbos aparentemente “soltos” (*Leve. Pague.*) faz com que o anúncio se torne mais persuasivo e interessante.

Nesse viés, validando os estudos de MANN & THOMPSON (1983, 1985) e MATTHIESSEN & THOMPSON (1988), pode-se perceber, por um lado, que o leitor, graças à sua competência comunicativa na construção de sentidos, bem como na organização de seu discurso, pode, perfeitamente, perceber o significado que emerge da contiguidade de cláusulas desses anúncios publicitários. Por outro, pode-se perceber a estratégia persuasiva de que se valeu o produtor do anúncio, adotando uma nova gramática da publicidade, apropriando-se de usos sintáticos específicos e reveladores de sua habilidade no manejo e na apropriação da linguagem.

À luz da RST, pode-se perceber que um tratamento baseado nas relações retóricas permite verificar que o anúncio publicitário com seus propósitos comunicativos funciona em termos de coerência.

Assim é que, ratificando o posicionamento dos linguistas funcionalistas da RST, por exemplo, nos anúncios publicitários (1) e (2), temos o núcleo, a parte central, e não a mais importante, ao redor da qual gira(m) o(s) satélite(s) subsidiário(s), sem viés de grau de importância. Na verdade, a relação entre as unidades de qualquer texto mostra as intenções, propósitos, escolhas do produtor, gerando informações por meio de núcleos e satélites, em que os núcleos possuem as informações ditas mais relevantes e os satélites aquelas chamadas adicionais, servindo à função mais geral de criar um contexto necessário ao entendimento dessas informações mais relevantes que se pretende veicular. Nesse contexto, veja-se o que afirma Neves:

Na interação é que se resolve a atribuição de caráter nuclear ou suplementar às partes: quem fala ou escreve já constrói seu texto projetando sua expectativa do julgamento do leitor ou ouvinte sobre a nuclearidade ou a suplementaridade das partes, julgamento que é regido cognitivamente (NEVES, 2006, p. 229-230).

de cláusulas no discurso, estando os significados presentes como um todo integrado, diferentemente da tradição gramatical na visão de subordinação, não se atribui à cláusula a classificação de principal, em virtude da fluidez existente entre o que é núcleo e o que é periférico. Somam-se a isso os diferentes modos pelos quais o leitor, por exemplo, combina as orações no processo interacional discursivo; esses modos se situam no campo das escolhas que eles fazem frente às escolhas que poderiam ter sido feitas, fazendo parte da competência comunicativa.

Analisando as relações retóricas presentes nesses dois anúncios publicitários, pode-se encontrar, predominantemente, a relação retórica de MOTIVAÇÃO.

Nesse contexto, no primeiro anúncio, as porções de texto (2) e (3) – *Leve 4. Pague 3* – servem de *motivação* para a porção de texto (1) – *Gillette Prestobarba Excel* –, em que o consumidor está motivado a comprar o barbeador Prestobarba Excel, e não outro, pois o ato de levar 4 implica pagar somente 3, o que busca conseguir estimular o interesse e o desejo dele. Cumpre ressaltar que o produtor, ao organizar a materialidade linguística, se vale de uma espécie de apagamento das marcas dos interlocutores (nota-se a ausência de marcas de pessoa, envolvendo, hipoteticamente, um sujeito *você*, cuja ancoragem é difusa, com uma dimensão mais genérica, na qual se inscreve, por exemplo, *todo aquele que, aquele que, quem levar 4 gillettes Prestobarba Excel só vai pagar 3*), bem como de formas verbais no imperativo, de modo a sugerir objetividade e neutralidade para sua asserção, mas, com efeito, convida diretamente o consumidor a adquirir o produto: *Leve e Pague*. Em outros termos: considerando a língua como um sistema de forças de persuasão, com o uso formal do imperativo, há a ocorrência de uma incitação a um fazer, uma indução à ação, compelindo o consumidor à compra do produto. Já no segundo anúncio: o ato de *gostar* (envolvendo a subjetividade do consumidor, com o verbo no sentido de achar agradável, sentir prazer em) motiva o consumidor a *alugar na Master*.

A despeito da relação retórica de motivação, assim se manifesta Mann: “há um núcleo cuja ação é realizável, mas ainda não foi executada pelo leitor/ouvinte; o satélite descreve a ação, a situação em que tem lugar a ação ou o resultado da ação, de forma que ajude o leitor/ouvinte a associar os valores com a ação; os resultados da ação são positivos” (MANN, 1984, p.16).

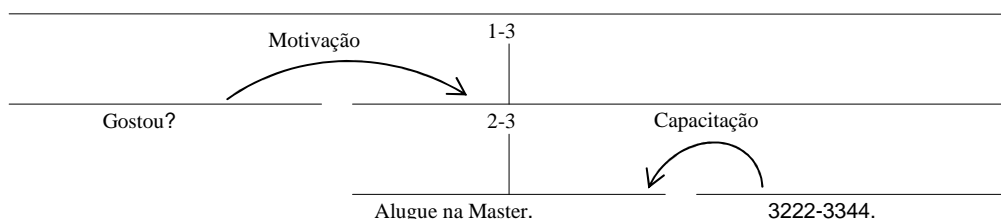
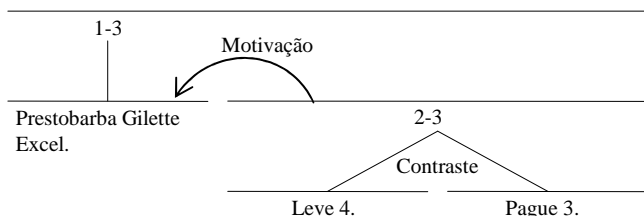
Assim, tais fatos estão ligados à persuasão, característica marcante na argumentação de textos publicitários, o que figura como uma estratégia discursiva criativa utilizada pelo produtor para organizar funcionalmente o seu texto. Desse modo, em anúncios publicitários de produtos e/ou serviços, evidencia-se que a motivação aumenta a possibilidade de aceitação das ofertas veiculadas. Segundo MANN & THOMPSON (1983, 1985), a proposição relacional de motivação fornece uma condição por meio da qual a outra cláusula se estabelece. Para MANN & THOMPSON (1983, p. 5): “a relação de motivação surge no texto injuntivo, por ser aconselhável, nesse tipo textual, fornecer ao leitor a motivação para o cumprimento das ordens nele expressos, sendo geralmente encontrada em anúncios publicitários”.



No primeiro anúncio, há, ainda, a relação retórica de CONTRASTE entre as porções de texto (2 – 3), em que o consumidor levará 4 gilettes Prestobarba Excel, mas só pagará 3. Assim sendo, o produtor coloca o ato de levar 4 e o de pagar em polos opostos, o que permite que se reconheça a possibilidade de comparação entre levar e pagar, bem como as diferenças que surgem dessa comparação. Por essa via, as situações que são dadas nos núcleos são tidas como semelhantes em alguns aspectos e divergentes em outros, bem como comparáveis de acordo com essas diferenças. Para NEVES (2000, p. 755), “MAS marca uma relação de desigualdade entre dois segmentos” [...] e “coloca o segundo segmento como de algum modo diferente do primeiro, especificando-se essa desigualdade conforme as condições contextuais” (NEVES, 2000, p. 756). Nesse viés, implicitamente, pode-se dizer que existe semelhança entre as orações, já que a relação de contraste coloca uma das orações como de algum modo diferente da outra.

Ademais, no segundo anúncio, pode-se depreender, também, a relação retórica de CAPACITAÇÃO. Assim, entre (2–3), há uma relação de capacitação, em que a informação dada (telefone 3222-3344) capacita o consumidor a executar a ação: alugar o imóvel.

Posto isso, no que se refere aos esquemas, com vistas a facilitar o entendimento visual de como as relações se processam nos textos publicitários, veja-se a estrutura arbórea dos anúncios publicitários em questão. Ressalta-se, uma vez mais, que esses esquemas apontam o direcionamento dos núcleos e satélites. Obedecendo ao aporte teórico da RST, destaca-se nos esquemas apenas a relação retórica mais evidente.



Diante do exposto, pode-se dizer que orações codificadas nas gramáticas da tradição como coordenadas assindéticas podem ser consideradas como exemplos de hipotaxe de realce se se levar em consideração motivações discursivas, em virtude de elas poderem se apresentar como a gramaticalização das relações retóricas do discurso, independentemente de serem ou não encabeçadas por conjunções, bem como de serem paratáticas ou hipotáticas.

Conforme MATTHIESSEN & THOMPSON:

Nosso ponto de vista é que tivemos um argumento a favor de nossa afirmação de que a hipotaxe é, de certa forma, reveladora, observada como uma gramaticalização de relações núcleo-satélite, já que, quando tais relações são gramaticalmente codificadas, elas são muito frequentemente, mas nem sempre, codificadas como hipotaxe (MATTHIESSEN & THOMPSON, 1988, p. 308).

Nessa direção, está a ideia de que, no processo de articulação de cláusulas no discurso, a língua, baseada no uso, está num contínuo fazer-se, possibilitando-nos perceber que as regras cristalizadas pela gramática sejam concebidas como tendências relativizadas em função de objetivos comunicativo-persuasivos.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando MATTHIESSEN & THOMPSON (1988, p. 286), quando da afirmação de que “a gramática de articulação de cláusulas reflete a organização do discurso”, pode-se evidenciar nos anúncios publicitários analisados que, no processo de articulação de cláusulas com motivações discursivas, encontram-se os mesmos padrões de organização retórica do texto: relações núcleo-satélites e orações núcleo-núcleo.

Assim, o estudo dessas cláusulas permitiu-nos considerar e detectar motivações que concorrem para que uma cláusula seja o que é e se comporte e se represente como tal, evidenciando a relação entre forma e função, em que “as formas recorrentes num determinado gênero, ou em um grupo de gêneros, servem a caracterização do gênero, na medida em que elas são uma decorrência dos objetivos sociocomunicativos do próprio gênero” (DECAT, 2008, p. 170).

Com a proposição desse estudo, espera-se poder contribuir para um novo olhar sobre a sintaxe, em que ela passa a ter uma outra forma funcional em razão das estratégias de organização da informação formatadas pelo produtor no momento da elaboração do anúncio como uma “virada persuasiva”, a “alma do negócio”.

### REFERÊNCIAS

ANTONIO, J. D. *Estrutura retórica do texto: uma proposta para a análise da coerência*. *Signótica*, v. 15, n.2, jul/dez. 2003, p. 223-236.

ANTONIO, J. D. *Estrutura retórica e articulação de orações em narrativas orais e em narrativas escritas do português*. Tese de Doutorado. Araraquara: FCL/Unesp, 2004 (inédita).

AQUINO, Z. G. O. *Conversação e conflito - um estudo das estratégias discursivas em interações polêmicas*. São Paulo: FFCH/USP, 1997.

BRAGA, M. L. Processos de combinação de orações: enfoques funcionalistas e gramaticalização. *Scripta*, Belo Horizonte, 2º semestre, 2001, p. 23-24.

CASTILHO, A. T. de. Um ponto de vista funcional sobre a predicação. *In: ALFA*. v. 38. São Paulo: Unesp, 1994, p. 75-96.

COSTA VAL, M. da G. *Redação e textualidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1991, 133 p.

DECAT, M. B. N. “*Leite com manga morre!*”: da hipotaxe adverbial no português em uso. Tese de doutorado. LAEL/PUC-SP, 1993.

DECAT, M. B. N. A articulação hipotática adverbial no português em uso. *In: DECAT, M. B. N. et al. (org.). Aspectos da gramática do português: uma abordagem funcionalista*. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 2001, p. 103-166.

DECAT, M. B. N. A relevância da investigação dos processos linguísticos, numa abordagem funcionalista, para os estudos sobre gêneros textuais. *In: ANTONIO, J. D. (org.). Estudos descritivos do português: história, uso, variação*. São Paulo: Editora Clara Luz, 2008, p. 169-191.

DU BOIS, J. W. Discourse and the ecology of grammar: strategy grammaticization, and the locus. *Rice Symposium*. Santa Barbara: Unjiversity of California, 1993.

FURTADO DA CUNHA, M. A. Gramaticalização nos mecanismos de negação em Natal. *In: MARTELOTTA, M. E et al. Gramaticalização no português do Brasil: uma abordagem funcional*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, UFRJ, Departamento de Lingüística e Filologia, 1996, p. 167-190.

FURTADO DA CUNHA, M. A. et al. (org). *Lingüística funcional: teoria e prática*. Rio de janeiro: DP&A, 2003.

FOLLMANN, E. B. O. Os esquemas RST e a representação computacional da organização retórica macroestrutural de textos. *Revista Intercâmbio*, v. 17, São Paulo: LAEL/PUC-SP, 2008, p. 165-177.

GIVÓN, T. (ed). *Discourse and Syntax*. New York: Academic Press, 1979.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. Baltimore: E. Arnold, 1985.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. 3. edição. London: Oxford University Press, 2004.

HOYOS-ANDRADE, R. E. Dois funcionalistas franceses em confronto. *In: ALFA*. v. 38. São Paulo: Unesp, 1994, p. 97-109.

KOCH, I. G. V. *Argumentação e linguagem*. 7. edição. São Paulo: Cortez, 2002.

MANN, W. C.; THOMPSON, S. A. *Relation proposition in discourse*. California: University of Southern California, 1983, 28 p. (ISI/RR-83-115).

MANN, W. C. *Discourse structures for text generation*. California: University of Southern California, 1984, 22 p. (ISI/RR-84-127).

MANN, W. C.; THOMPSON, S. A. *Assertions from discourse structure*. California: University of Southern California, 1985, 14 p. (ISI/RS- 85-155).

MANN, W. C; THOMPSON, S. A. *Rhetorical Theory: a framework for the analysis of texts*. ISI/RS-87-185, 1987a. Disponível em: <http://www.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a181350.pdf>. Acesso em 20 fev. 2012.

MANN, W. C; THOMPSON, S. A. *Rhetorical Structure Theory: a theory of text organization*. ISI/RS-87-190, 1987b.

MANN, W. C. *et al. Rhetorical Structure Theory and text analysis*. California: University of Southern California, 1989, 67p. (ISI/RR -89-242).

MANN, W. C. *et al.* Rhetorical Structure Theory and text analysis. In: MANN, W. C.; THOMPSON, S. A. (eds.). *Discourse description: diverse linguistic analyses of a fund-raising text*. Amsterdam:John Benjamins, 1992, p. 39-77

MARCUSCHI, L. A. Apresentação da obra *Argumentação e linguagem*. In: KOCH, I. G. V. *Argumentação e linguagem*. 7. edição. São Paulo: Cortez. 2002.

MATTHIESSEN, C.; THOMPSON, S. A. The structure of discourse and 'subordination'. In: HAIMAN, J.; THOMPSON, S. (eds.) *Clause combining in grammar and discourse*. Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins, 1988, p. 275-329.

NEVES, M. H. M. *Gramática de usos*. São Paulo: Editora Unesp, 2000.

NEVES, M. H. M. *A gramática funcional*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

NEVES, M. H. M. *Texto e gramática*. São Paulo: Contexto, 2006.

NEVES, M. H. M. A gramática de usos é uma gramática funcional. In: *ALFA*, São Paulo, n. 41 (especial), 1997, p. 15-24.

PERELMANN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBOUL, O. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

RST. *Introdução à teoria da estrutura retórica*. Disponível em <http://www.sfu.ca/rst/07portuguese/intro.html>. Acesso em: 18 maio 2010.

SANDMANN, A. J. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 2005.

TABOADA, M. Implicit and explicit coherence relations. In: RENKEMA, J. (ed.). *Discourse of course*. Amsterdam, John Benjamins, 2009, p. 127-140.

VAN DIJK, T. A. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 2001.

VESTERGAARD, T. & SCHRODER, K. *A linguagem da propaganda*. Trad. João Alves dos Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2004.