

**AS ESCOLHAS TEMÁTICAS NAS CLÁUSULAS DE TEXTOS DE UMA
CAMPANHA FEITA PELO PROCON/PA**

***THE THEMATIC CHOICES IN THE CLAUSES OF TEXTS OF A CAMPAIGN MADE
BY THE PROCON/PA***

Antonio Messias Nogueira da Silva
Doutor em Análise do Discurso
Universidade Federal da Bahia
(nogueira_65@hotmail.com)

RESUMO: Pretendemos com este estudo – com base na abordagem sistêmico-funcional – identificar e analisar as escolhas temáticas nas cláusulas de textos de uma campanha feita pelo PROCON/PA. Tal campanha tem por objetivo informar, conscientizar e orientar o consumidor acerca da importância das notas fiscais, compra de medicamentos, condições de uso de utensílios em restaurantes, compra e consumo de alimentos e assinaturas de contratos. Este estudo pretende ainda mostrar que as escolhas temáticas desses textos de campanha refletem o grau de coesão das orações quanto ao progresso do conteúdo do texto, uma vez que em tais textos o Tema é responsável pela progressão textual e, ao mesmo tempo, conecta as orações entre si e com o texto como um todo.

Palavras-chave: Gramática Funcional. Tema. Campanha PROCON/PA.

ABSTRACT: With this study, which is based on the systemic functional approach, we intend to identify and to analyze the thematic choices in the clauses of texts of a campaign made by PROCON/PA. This campaign aims to inform, guide and make consumers aware of the importance of receipts, medicine purchase, conditions of use of restaurant utensils, purchase and consumption of food and contract signatures. This study also intends to demonstrate that the thematic choices of these campaign texts reflect the level of cohesion of the clauses concerning the text's content progress, given that in these texts the theme is responsible for the textual progress and also connects the clauses with each other and with the text as a whole.

Keywords: Functional Grammar. Theme. PROCON/PA Campaign.

Considerações preliminares

O PROCON/PA é o órgão que recebe, analisa, avalia, concilia, soluciona, autua e aplica multas no Estado do Pará, bem como oferece à população um apoio consciente e sustentável quando houver algum direito violado. Esse órgão garante ao cidadão a ampla defesa como princípio constitucional, através de uma análise criteriosa sobre a relação de consumo efetuada. Além disso, também informa e orienta o consumidor e o fornecedor sobre seus direitos e deveres na relação de consumo, prevenindo as práticas abusivas decorrentes dessa relação.

Particularmente, interessa-nos, neste estudo, a campanha lançada por esse órgão do governo paraense para informar, conscientizar e orientar o consumidor a

respeito da importância das notas fiscais, da compra de medicamentos, das condições de uso de utensílios em restaurantes, bem como da compra e consumo de alimentos e assinaturas de contratos. Tal campanha se constitui de nove cartazes ilustrativos, nos quais figuram textos breves em cuja estrutura se observa a presença de escolhas temáticas que revelam determinadas intenções comunicativas do PROCON/PA. Assim, partindo de uma análise de caráter quantitativo e qualitativo, o presente estudo tem por objetivo principal responder às seguintes perguntas:

- a) Que tipos de Temas se evidenciam nas cláusulas desses textos?
- b) Quais as intenções comunicativas do PROCON/PA refletidas a partir das escolhas temáticas desses textos?
- c) Que tipo de informação constitui o Tema dessas cláusulas?
- d) De que modo as escolhas temáticas se relacionam com a configuração textual?

Para a consecução desse objetivo, buscamos fundamentação teórica na Gramática Funcional (GF), visto que uma das principais preocupações desse modelo de análise linguístico consiste em investigar de que maneira se empregam as palavras dentro das estruturas oracionais de uma língua, bem como quais tipos de orações são as “adequadas”, segundo seja o contexto social em que as empregamos. Entretanto, antes de iniciarmos a análise propriamente dita dos dados que constituem o corpus de nossa investigação, discorreremos, a seguir, sobre alguns conceitos fundamentais a respeito da Gramática Funcional e, precisamente, das funções pragmáticas **Tema** e **Rema** (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004), noções funcionais que desempenham um importante papel dentro da estruturação do texto e nas quais nossa análise se ampara para explicar a relação subjacente entre o tipo de organização textual dos textos que constituem a campanha realizada pelo PROCON/PA e as intenções comunicativas que se podem inferir de tal organização. Aparte disso, definiremos melhor o *corpus* do qual nos ocuparemos neste estudo.

A gramática de significado textual: Tema e Rema

A Gramática Funcional consiste em um modelo de análise linguística desenvolvido no final da década dos anos setenta pelo linguista holandês Simon C.

Dik (1981). Trata-se de um modelo de gramática fundamentado numa concepção que considera a linguagem como um instrumento social, e que pretende descobrir o sistema da língua mediante os usos que os interlocutores fazem das expressões linguísticas durante a interação social. É, portanto, uma teoria geral a respeito da organização da linguagem natural.

Dik (1981) sustenta que uma gramática funcional deve conformar-se a três princípios de adequação explanatória, principalmente de natureza descritiva: a **adequação tipológica** (a teoria deve formular-se em termos de regras e princípios que possam aplicar-se a qualquer tipo de língua); a **adequação pragmática** (os enunciados da teoria acerca da linguagem devem ser úteis para compreender de que maneira as expressões linguísticas podem ser usada, de fato, na interação comunicativa); e, por último, a **adequação psicológica** (os enunciados da teoria sobre a linguagem devem ser compatíveis com os mecanismos psicológicos envolvidos no processamento da linguagem natural).

As noções funcionais desempenham papéis fundamentais nos distintos níveis da organização gramatical. Além disso, essa teoria distingue as **funções semânticas** que definem os papéis que os participantes desempenham nos estados de coisas que designam as predicções (tais como agente, paciente, receptor, etc.). Também distingue as **funções sintáticas** que expressam as diferentes perspectivas por meio das quais se apresentam os estados de coisas em expressões linguísticas. E, por último, distingue as **funções pragmáticas** (tema e *tail* [coda], rema, tópico e foco) que definem o estatuto informacional dos constituintes das expressões linguísticas. Em outras palavras, essas noções expressam a inclusão das expressões no discurso e estão determinadas pela informação pragmática que falante e destinatário manejam durante a interação verbal.

Uma vez que a Gramática Funcional aspira a exercer uma grande aplicabilidade prática na análise dos distintos aspectos da linguagem e de seu uso, está desenhada de modo a maximizar o grau de adequação tipológica e simultaneamente a minimizar o grau de abstração da análise linguística.

De acordo com a teoria da Gramática Tradicional, a frase é constituída de dois elementos: o sujeito e o predicado. Esse é um conceito usado na gramática desde o final da Idade Média. Com a gramática de Port-Royal publicada em 1660, começou-se a observar que havia outras entidades constituintes da estrutura frasal, as quais

nem sempre eram idênticas ao sujeito e ao predicado (gramaticais), já que estes constituem componentes da cadeia sintática e devem caracterizar-se com critérios sintáticos. A partir daí, já em épocas não mais tão distantes, estudiosos da língua perceberam a necessidade de se fazer uma distinção precisa entre os elementos sintáticos e semânticos, além de um terceiro, ao qual chamaram elemento informativo ou pragmático¹.

Os falantes estruturam a oração segundo suas necessidades comunicativas e orientam o interlocutor sobre elas. Essa é uma afirmação que não vem de hoje, pois os integrantes do Círculo Lingüístico de Praga reconheceram a importância do nível pragmático do texto e seus componentes, os quais designaram Tema e Rema. Esses linguistas afirmaram que a organização das mensagens não se explica exclusivamente tomando em conta fatores sintáticos, mas também as intenções comunicativas reais dos falantes.

Embora nosso estudo restrinja-se à análise do Tema, não poderíamos analisar este sem nos fundamentarmos em conceitos prévios de Tema e Rema. Para tanto, apresentamos a seguir alguns conceitos breves e esclarecedores a respeito desses elementos.

A cláusula na função textual está organizada como mensagem. Isso significa dizer que a cláusula tem uma estrutura de mensagem conhecida como **Tema e Rema**, além de apresentar uma estrutura de transitividade e de modo. Segundo Halliday e Matthiessen (2004), o Tema e o Rema são dois elementos de uma estrutura particular, que em conjunto organizam a cláusula em forma de uma mensagem. Conforme esses autores, o Tema é definido como um elemento que serve de “ponto de partida para a mensagem”; é uma informação “dada”, que já foi mencionada em algum lugar no texto. O Rema é a parte da cláusula na qual a mensagem é desenvolvida, é uma informação “nova”, pouco conhecida.

Assim pois, o Tema da oração é “aquilo de que se fala” e o Rema é “o que se diz daquilo”. O primeiro tem a função de inserir a oração em um contexto, é necessário para que a oração tenha coerência com o que se vem dizendo. O segundo permite apresentar novos conhecimentos sobre o Tema e faz com que o texto se desenvolva como um todo.

¹ O termo pragmático apesar de não ter sido identificado há muito tempo, já era conhecido, na gramática do século IX, como **sujeito e predicado psicológicos**, conforme Annette Beccker (2002).

O centro do Tema, o “verdadeiro” Tema constitui o Tema ideacional ou o “*topical theme*”, como o chamam Halliday e Matthiessen (2004). Pode aparecer no começo da cláusula, se se trata de um Tema simples ou no meio da cláusula, caso seja um Tema múltiplo. Para afirmar que o Tema se encontra em qualquer caso no começo da cláusula, Halliday (1994) introduz a noção de Tema múltiplo “*where the part of the clause functioning as Theme has further, internal structure of its own*”. Segundo Halliday e Matthiessen (2004), essa estrutura interna do Tema reflete as três metafunções semânticas que se apresentam na língua e em cada cláusula: a função **ideacional**, a **interpessoal** e a **textual**.

- a) **Função ideacional**: está função representa a relação entre o falante e o mundo real que o rodeia. Expressa a experiência do falante e determina a forma como vemos o mundo;
- b) **Função interpessoal**: permite o estabelecimento e a manutenção das relações sociais. Trata-se de uma função interativa e serve para expressar os diferentes papéis sociais que cada um assume na comunicação;
- c) **Função textual**: é a função por meio da qual a língua estabelece correspondência entre o próprio código lingüístico e a situação na qual se emprega. Esta função permite estabelecer as relações de coesão entre as partes de um texto e sua adequação à situação concreta em que ocorre.

As duas primeiras metafunções (Ideacional e Interpessoal) manifestam os objetivos que os falantes perseguem empregando a linguagem, qual seja: entender o mundo e atuar nele. Já a terceira metafunção (Textual) é necessária para fazer funcionar os componentes ideacional e interpessoal. Portanto a metafunção textual é instrumental para as duas primeiras.

Sempre haverá um elemento ideacional no Tema, o qual pode ampliar-se mediante um elemento interpessoal e/ou textual. Estes últimos nem sempre são necessários, porém quando aparecem constituem um Tema múltiplo – conforme explicamos anteriormente –, que tem a seguinte sequência: Tema textual > interpessoal > ideacional. Os dois primeiros podem se intercambiar – desta forma resultaria o Tema marcado.

O Tema também pode ser não-marcado (padrão típico, usual), nesse caso exercerá a função de Sujeito da oração declarativa, sendo que a frase se encontra em ordem direta dos termos. O Tema marcado (alternativa não usual, atípica), conforme Goatly (2008), é mais temático que o não-marcado. Trata-se, portanto, de um tipo de Tema que ganha maior proeminência textual.

Cabe destacar, por outro lado, que a concepção de marcado versus não-marcado considera-se uma questão que gera certa controversa no que respeita à análise de Tema, visto que, em geral, as discussões acerca de tais conceitos se relacionam, sobretudo, à possibilidade de que uma escolha considerada marcada possa, também, considerar-se não-marcada em contextos diferentes. Assim, por mais que na modalidade oral de linguagem seja comum encontrarmos a presença de um sujeito na oração (Por exemplo: Ela trabalhou. As pessoas chegaram...), essa preferência não é característica de gêneros escritos, tais como relatórios anuais (SIQUEIRA, 2000) ou cartas de anúncio de produtos e serviços (LIMA-LOPES, 2001).

De acordo com Halliday e Matthiessen (2004), o Tema é o primeiro constituinte da cláusula devido aos seguintes aspectos: primeiro, ele abre as linhas sintática e semântica, ou seja, as linhas que estruturam a cláusula sintática e semanticamente; segundo, abre a linha pragmática mediante a qual o falante expressa suas intenções comunicativas; e terceiro, abre também a linha (ou curva) de entonação². Todas essas linhas constituem uma rede de relações dentro da cláusula e seu primeiro elemento deve ter alguma função especial.

Thompson (1996) reconhece que as escolhas temáticas feitas pelos falantes estão relacionadas a quatro funções, a saber: (i) além de sinalizar a manutenção do que se trata no texto, conservando o Tema da oração anterior, também é responsável pela progressão textual, ao selecionar um elemento constituinte do Rema da oração anterior; (ii) é responsável pela mudança ou a especificação do quadro para a interpretação da oração posterior; (iii) sinaliza os limites do texto; (iv) sinaliza as idéias importantes dos autores como ponto de partida da mensagem.

² Na fala, o Tema de uma oração é, por vezes, marcado pela entonação. Nesse caso, o Tema constitui um grupo tonal separado. Um grupo tonal equivale a uma unidade de informação. Porém, segundo Halliday (2004, p. 39), “se a oração estiver organizada em duas unidades de informação, o limite entre as duas cairá, em geral, na junção do Tema e do Rema”.

Por fim, cremos que os conceitos até aqui mostrados dão conta do tipo de análise a que este estudo se propõe, por isso não nos deteremos mais a detalhar ou a definir as diversas teorias que embasam a Gramática Funcional ou a Linguística Sistêmico-Funcional. A seguir apresentaremos o corpus que serviu de base para nosso estudo, definindo-o e delimitando-o.

Apresentação do corpus

Para este estudo, foram selecionados nove cartazes³ usados pelo PROCON/PA em uma de suas campanhas, a qual, conforme já explicamos anteriormente, tem por finalidade informar, conscientizar e orientar o consumidor a respeito da importância da nota fiscal, assinatura de contratos, compra de alimentos, tais como frutas, enlatados, carne, peixes, verduras e legumes, compra de remédios e condições de uso de louças e panelas em restaurantes.

Esses cartazes foram fixados em ambientes comerciais e, também, usados em palestras. Os participantes são O PROCON/PA (Governo do Pará) e o consumidor. O Modo caracteriza-se por textos escritos, breves, impressos em grandes cartazes, bastante coloridos com, geralmente, desenhos dos produtos abordados.

Conforme já mencionamos, a proposta deste estudo é analisar as escolhas temáticas de textos de campanha do PROCON/PA com base em uma abordagem sistêmico-funcional. Para isso, organizamos a metodologia de análise a partir dos seguintes passos:

- a) Selecionamos nove cartazes dessa campanha⁴;
- b) Após fazermos a leitura integral desses textos, selecionamos todas as primeiras cláusulas (total de 32) de cada período dos textos;
- c) Detemo-nos mais nas escolhas temáticas, considerando que o Tema é o “ponto de partida da mensagem”, segundo Halliday e Matthiessen (2004),

³ Todos os textos referentes aos anúncios que analisamos estão fielmente transcritos de seus originais.

⁴ Não selecionamos mais cartazes porque, para esse tipo de campanha, o PROCON/PA produziu apenas nove cartazes.

e, portanto, é o elemento da cláusula que melhor traduz as intenções comunicativas do falante/escritor;

- d) Classificamos todos os tipos de Tema encontrados nos textos;
- e) Após essa classificação, separamos os Temas encontrados em propostas e proposições para verificarmos o tipo de informação encontrada neles;
- f) Uma vez verificada o tipo de informação, procedemos à análise quantitativa e qualitativa dos dados;
- g) Por final, obtivemos algumas breves considerações a respeito de dita análise.

Análise dos dados

Os resultados da classificação dos temas encontrados no corpus analisado estão organizados da seguinte forma abaixo:

- 1. **Simplex:** (i). Não Marcado (SNMarcado)
(ii). Marcado (SMarcado)
- 2. **Outros:** (i). Múltiplo (Múltiplo)
(ii). Oração Finita como Tema (OFinita)

Temas simples não marcados

A grande ocorrência de Temas SNMarcados está correlacionada à escolha das orações declarativas empregadas neste tipo de texto para atender aos propósitos de comunicação do autor (PROCON/PA). Observamos que nas cláusulas analisadas o Tema coincide com o sujeito, que é expresso geralmente por:

Grupos nominais simples (GNSimples)⁵:

[01] “**Utensílios velhos** não devem ser usados em restaurantes e lanchonetes”.

⁵ O limite entre Temas e Remas será feito pelo uso de negrito, que é usado apenas para destacar o Tema das cláusulas analisadas. O restante da cláusula não destacado pelo negrito será considerado o Rema. Procedemos assim, essa divisão, baseando-nos no que afirmam Halliday e Matthiessen (2004): “Para que la cláusula pueda ser entendida como mensaje, se ha desarrollado una forma especial: un elemento de ella (el primero) constituye el Tema y los restantes conforman el Rema. En la combinación de los dos, Tema y Rema, se constituye el mensaje”.

- [02] “**Os funcionários** devem possuir carteira de manipulação, bata, luvas e boné...”.
- [03] “**A nota fiscal** deve ser exigida por você”.
- [04] “**O cupom fiscal** também é válido (caixa registradora)”.
- [05] “**O recibo** deve ser exigido quando você pagar um serviço”.
- [06] “**Consumidor consciente** é aquele que compra o melhor produto ou contrata o melhor serviço...”.
- [07] “**A carne de gado moída previamente** é proibida, pois o consumidor não sabe o que a mesma contém”.
- [08] “**As ervas medicinais** possuem grande poder de cura, contudo, o chá só dura 24h (vinte e quatro)”.
- [09] “**As guelras do peixe** devem ser vermelhas e as escamas e os olhos brilhantes...”.
- [10] “**Os sacos plásticos** não devem ser coloridos”.
- [11] “**Cláusula abusiva** é aquela que coloca o consumidor em desvantagem perante o fornecedor...”.
- [12] “**As cláusulas** que limitam os direitos do consumidor devem estar destacadas e bastantes precisas”.
- [13] “**Contrato de adesão** é aquele previamente elaborado...”.

Os treze Temas acima têm o propósito de fornecer ao consumidor informações diversas sobre determinados produtos que fazem parte do seu dia-a-dia. Esses Temas são, em sua maioria, constituídos de informações sobre produtos alimentícios perecíveis, exemplos [07], [08] e [09]; alguns documentos, exemplos [03], [04], [05], [11], [12] e [13]; sobre a higiene dos funcionários de restaurantes e também informações referentes ao próprio consumidor, exemplos [02] e [06], respectivamente.

Essa grande incidência de Temas Não Marcados está, de certa forma, relacionada à variável de campo da configuração textual, e se deve, possivelmente, ao fato de que nesse gênero textual (campanha) há a necessidade de se partir de informações dispostas de forma simples, considerando que o consumidor é aquela pessoa que pertence a qualquer classe social. Consideramos que essa preferência corrobora a asseveração de Halliday (1994) de que as escolhas temáticas são significativas, porque especificam o ângulo a partir do qual o falante/escritor projeta

sua mensagem. Em outras palavras, “É o que estabelece o cenário para a própria oração e a posiciona em relação ao texto que se desenrola” (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004, p. 66).

Grupo nominal simples, expresso por pronome:

[14] “**Ela** é um documento obrigatório, que deve ser emitido no ato da compra...”.

O único Tema Não Marcado que apareceu no corpus formado por pronome de terceira pessoa (ela) funciona como um elemento de coesão textual (anafórico), uma que vez que retoma o elemento **nota fiscal** presente na cláusula anterior, concatenando as idéias explicitadas nas cláusulas, e assim contribuindo para a continuidade do texto e, por conseguinte, para sua coerência.

Diferentes constituintes estruturais: constituintes formados por verbos no imperativo (CVImperativo):

[15] “**Exija** ainda, quando possível, certificado de garantia”.

[16] “**Exerça** o direito de cidadão e também o direito de consumidor”.

[17] “**Fiscalize** atentamente o período de validade e o acondicionamento do remédio”.

[18] “**Exclua** de suas compras os remédios de fabricação duvidosa”.

[19] “**Aprenda** a preparar polpa de frutas”.

[20] “**Prefira** as regionais que são mais baratas”.

[21] “**Solicite** junto ao proprietário ou gerente, sua retirada das prateleiras”.

O interlocutor (consumidor) se faz implicitamente presente por meio das formas verbais no imperativo. Segundo Halliday e Matthiessen (2004), os verbos no imperativo apresentam Tema implícito (o consumidor, no caso das campanhas analisadas), o que implica dizer que esse tipo de cláusula é constituído apenas por Rema. No entanto, os referidos autores também consideram que a própria forma verbal no imperativo pode constituir o Tema de uma cláusula, nesse caso não se leva em consideração o interlocutor implícito.

Adotamos para este estudo a segunda opção em relação a esse tipo de Tema, visto que, especificamente no corpus analisado, as intenções comunicativas do órgão que fez a campanha, ao escolher as formas verbais no imperativo, estão bem traduzidas, pois, antes de tudo, há o propósito principal de orientar o interlocutor através dos comandos que mostram seus direitos como consumidor: o que deve exigir ao comprar certos produtos, exemplo [15]; como proceder ao encontrar produtos deteriorados ou com o prazo de validade vencido, exemplos [17], [18] e [19], e outros cuidados e conselhos que têm por objetivo orientar e/ou conscientizar o consumidor diante de situações diversas de compra.

Entendemos que o uso do imperativo constituindo Tema, especificamente nas referidas cláusulas, é um recurso de que o PROCON/PA se vale com vistas a atribuir um caráter modal deôntico ao Tema, situando o interlocutor no domínio do dever (obrigação e permissão), e tornando a linguagem da campanha mais simples e acessível. É, portanto, um mecanismo que aproxima interlocutor e PROCON/PA, uma vez que esse modo verbal é característico de interações espontâneas, “nas quais se pode esperar que um locutor leve outro a fazer algo. [...]” (NEVES, 2002, p. 196).

Tema elíptico:

[20] “**É a sua garantia**, em caso de troca ou devolução”.

[21] “**Não devem** ser embrulhados em jornal”.

As orações destacadas acima constituem apenas o Rema das cláusulas. Os Temas “Nota fiscal” [20] e “Peixes” [21] estão implícitos, já que se encontram explícitos em cláusulas já mencionadas no texto. Essa classificação de Tema parece-nos bastante adequada para esse tipo de oração (predicativo), porque condiz com o conceito de que o Tema é a informação “dada”, já apresentada em algum lugar do texto. Esses dois casos de Tema implícitos exemplificam bem um dos objetivos deste estudo: mostrar que certas escolhas temáticas, segundo Bustos Gisbert (1996, p. 84), são responsáveis pela progressão textual⁶.

⁶ Bustos Gisbert (1996, p. 84) sugere quatro tipos de progressão textual, os quais se relacionam com tipos específicos de texto. Neste caso, os exemplos [20] e [21] caracterizam o tipo de Progressão de um Tema Constante, que aparece geralmente em textos descritivos ou expositivos. Esse tipo de progressão textual ocorre quando um Tema de uma cláusula se repete como Tema da seguinte ou das seguintes.

Temas simples marcados (SMarcado)

Grupos nominais simples formados por elemento adverbial:

[22] “**No contrato**, deve haver igualdade entre as partes...”.

[23] “**Nas contratações de serviço**, deve ser exigido obrigatoriamente o orçamento...”.

Esse tipo de Tema circunstancial põe em evidência o espaço a que as proposições apresentadas no Rema se referem. O objetivo é orientar o consumidor para que preste atenção ao que deve constar nesse espaço, caso decida adquirir algum bem ou serviço. A nosso ver, os elementos que funcionam como Tema circunstancial, na campanha, possuem um status especial na estrutura temática das orações nas quais se encontram, pois, consoante Halliday (1994, p. 49), a presença de adjuntos modais, na primeira posição da oração, é natural, já que o falante sempre apresenta sua posição a respeito de determinado assunto ou faz as relações necessárias com o dito anteriormente como ponto de partida da sua mensagem.

Temas múltiplos (Múltiplos)

Temas múltiplos formados de Orações Finitas:

[24] “**Se não conseguir** ligue para 1512”.

[25] “**Se no contrato houver uma cláusula abusiva**, você não deve assiná-lo”.

Quando uma oração dependente inicia uma cláusula, conforme Thompson (1996, p.10), esta representa o ponto de partida da mensagem e traduz as reais intenções comunicativas do falante. No corpus analisado, houve duas ocorrências de Temas Múltiplos formados de Orações Finitas, as quais têm como finalidade informar o consumidor sobre certas condições que devem ser observadas ao, por exemplo, assinar um contrato (exemplo [25]) e em que tipo de situações esse consumidor deve se basear para fazer denúncias (exemplo [24]).

Tema múltiplo formado por grupo nominal simples antecedido por elemento textual:

[26] “**Atenção! A polpa de fruta** não é considerada alimento *in natura*...”.

O elemento textual “Atenção!”, que encabeça a cláusula acima, tem, inicialmente, o propósito de alertar o consumidor para um tipo de produto “natural” que aparentemente não apresenta nenhum perigo. Ao valer-se de “Atenção!” para iniciar a cláusula, o PROCON/PA se aproxima mais do consumidor, uma vez que, por meio de tal elemento, utiliza um tom de conversa e de seriedade, o que reforça a idéia de que o produto informado no Tema apresenta realmente perigo.

Temas múltiplos formados por constituintes verbais no imperativo, antecidos de elemento interpessoal:

[27] “**Não tome** remédio sem orientação médica, especialmente aqueles que trazem faixa preta ou vermelha”.

[28] “**Não compre** alimentos deteriorados, pois os mesmos podem acabar com a sua vida”.

[29] “**Não compre** verduras e legumes deteriorados; exija sempre qualidade e observe seu acondicionamento”.

[30] “**Não compre** jamais produtos cujas latas estejam amassadas, sem rótulos, tufadas...”.

Os Temas expressos por formas verbais no imperativo, antecidas por elemento interpessoal “não”, têm por finalidade induzir, modificar o comportamento do consumidor, para que este observe certas condições no ato da compra de determinados produtos. Nestes exemplos, a escolha do elemento de polaridade negativa “não” para encabeçar o Tema tem grande relevância, porquanto é ele que atribui o sentido de toda a cláusula, uma vez que, se for retirado, altera totalmente a intenção comunicativa do produtor do texto e, por conseguinte, o efeito sobre o comportamento do consumidor.

Concluída a análise dos dados, partiremos a seguir para as considerações finais, onde descrevemos dita análise a partir de uma perspectiva quantitativa.

Considerações finais

Para melhor análise e entendimento dos dados encontrados no corpus, apresentamos o quadro quantitativo abaixo:

TIPOS DE TEMA	CLASSIFICAÇÃO TEMÁTICA	FREQUÊNCIA	%
Temas Simples Não-Marcados	Grupos Nominais Simples	13	40,63%
	Constituintes formados por Verbos no Imperativo	07	21,86%
	Tema Elíptico	02	6,25%
	GNSimples expresso por Pronome	01	3,13%
Temas Simples Marcados	GNSimples formados por Elementos Adverbial	02	6,25%
Temas Múltiplos	CVImperativo antecedido de Elemento Interpessoal	04	12,50%
	Temas Múltiplos formados de Orações Finitas	02	6,25%
	GNSimples antecedido por Elemento Textual	01	3,13%
TOTAL		32	100

Quadro quantitativo: análise dos dados

A análise quantitativa dos dados do corpus demonstrou que há predominância (40, 63%) de Temas Não Marcados formados por grupos nominais simples constituídos de proposições, que revelam as intenções reais de comunicação do PROCON/PA, qual seja: informar primeiramente o consumidor sobre os produtos a serem comprados ou adquiridos. Os Temas Não Marcados formados por formas verbais no imperativo (21,86%) aparecem em segundo lugar na preferência de escolhas temáticas, uma vez que esse tipo de Tema se apresenta como propostas que têm por objetivo induzir, influenciar o interlocutor a mudar seu comportamento diante de certas situações de compra. Os Temas Múltiplos formados por constituintes verbais no imperativo antecidos de elemento interpessoal (12,50%) vêm em terceiro lugar nos textos analisados e, de certa forma, ratificam o objetivo das propostas apresentadas nesse gênero textual. Tais propostas constituem um total de 34,36% dos Temas encontrados, ao qual se chegou através da soma dos Temas Não

Marcados formados por formas verbais no imperativo (21,86%) com os Temas Múltiplos formados por constituintes verbais no imperativo, antecidos de elemento interpessoal (12,50%).

As proposições que constituem a maioria dos Temas encontrados nos textos analisados correspondem aos propósitos do órgão responsável pela campanha, isto é, o de fornecer ao consumidor interessado informações que, de imediato, identificam quais produtos e serviços devem ser observados no ato da aquisição dos mesmos. Esse propósito ratifica a noção de Tema apresentada por Becker (2002), o qual diz que as escolhas temáticas estão diretamente relacionadas ao que está na mente do falante e, por conseguinte, é também o esperado pelo ouvinte.

Enfim, é importante também destacar que as escolhas temáticas predominantes na campanha do PROCON/PA funcionam como um mecanismo fundamental para a contextualização e coesão dos textos que constituem dita campanha. O uso dos diversos tipos de Tema serve como uma estratégia de focalização da mensagem que parte dos enunciados ou cláusulas (unidade comunicativa menor) ao texto (campanha, unidade maior). Embora o Rema não tenha sido objeto de nossa análise no presente estudo, é impossível negar sua importância para a construção do sentido dos textos examinados. Assim, os tipos de Rema observados nos dados, somam-se aos diferentes tipos de Temas para dar continuidade e progressão ao texto, completando-o e ratificando os propósitos do órgão responsável por tal empreendimento publicitário. A ruptura da relação Tema e Tema, na organização das cláusulas da referida campanha, implicaria um discurso pouco eficaz e menos pertinente desde o ponto de vista informativo.

Referências

BECKER, A. **Análisis de la Estructura Pragmática en el Español de Mérida**. Mérida. Venezuela: Universidad de los Andes, 2002.

BUSTOS GISBERT, J. M. **La construcción de textos en español**. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1996.

DIK, S. **Functional grammar**. Dordrecht, Cinnaminson: Foris Publication, 1981.

_____. **They theory of Functional Grammar**. Part. I: the structure of the clause. Ed. por Kees Hengeveld. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1997.

GOATLY, A. **Explorations in stylistics**. Sheffield: Equinox, 2008.

HALIIDAY, M. A. K. **An Introduction to functional grammar**. London: Edward Arnold, 1994.

_____; MATTHIESSEN, C. M. I. M. **An introduction to Functional Grammar**. 3. ed. London: Edward Arnold, 2004.

LIMA-LOPES, R. E. **Padrões Temáticos em Cartas de Negócios**. Trabalho apresentado no 6º CBLA (Congresso Brasileiro de Linguística Aplicada) – UFMG, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. Mimeo, 2001.

NEVES, M. H. A modalidade. In: KOCH, Ingedore G. Villaça (Org.). **Gramática do português falado**. V. VI: Desenvolvimentos. 2. ed. Campinas: Unicamp, 2002, p. 171-208.

SIQUEIRA, C.P. **Análise temática em estudos de tradução**: o caso dos relatórios anuais de empresas brasileiras. 2000. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem). PUC-SP, 2000.

THOMPSON, G. **Introducing functional grammar**. London: Arnold Publishers, 1996.

Recebido em 25 de julho de 2016
Aceito em 10 de outubro de 2016