

AS PROPRIEDADES QUE CARACTERIZAM OS ADJETIVOS EM ANÚNCIOS DOS “CLASSIFICADOS” COMO MARCA DE TRADIÇÃO DISCURSIVA (TD)

Aucineide Marques de Oliveira (PPGEL-UFRN)

Orientador: Lucrécio Araújo de Sá Júnior (UFRN)

RESUMO: O presente trabalho propõe analisar anúncios, especificamente os aspectos diacrônicos composicionais da coluna *oportunidades* para a composição dos *classificados* atuais, publicados no jornal Tribuna do Norte, entre os séculos XX e XXI, e tem por objetivo observar como os adjetivos predicadores e/ ou argumentais se estabelecem como uma TD. É o modelo teórico da Tradição Discursiva que norteia essa nossa compreensão, que parte da noção de evocação-repetição e recursividade de formas linguísticas já existentes.

PALAVRAS- CHAVE: Tradição Discursiva; anúncios; classificados; adjetivos.

RESUMÉN: El present trabajo se propone a analizar los anúncios especificamente los aspectos diacrónicos de la columna *oportunidades* para la composición de los clasificados actuales, publicados em el periódico “Tribuna do Norte”, entre los siglos XX y XXI, y tiene como objetivo observar como los adjetivos argumentales y/o predicadores se establece como una TD. Es el modelo teórico de la Tradición Discursiva que guía esa nuestra comprensión, que parte del concepto de la evocacion-repetición y recursividad de formas linguísticas ya existentes.

PALABRAS-CLAVE: Tradición Discursiva; anuncios; clasificados; adjetivos.

Introdução

O adjetivo é uma classe gramatical que pode aparecer em qualquer tipo de texto, seja através da relação direta com o núcleo do sintagma nominal ou pelo intermédio do verbo, então o grande questionamento seria: “- Como o adjetivo pode ser percebido com uma marca de Tradição Discursiva, já que é tão presente nas categorias textuais?”

Para responder tal questionamento, dispomos neste estudo de um corpus de anúncios do Jornal Tribuna do Norte, composto por três mil palavras do século XX e do século XXI respectivamente. É importante salientar que para a obtenção desse corpus foram estipulados dez anúncios para cada ano escolhido (1951, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000 e 2010). Para essa análise, no entanto, utilizaremos como exemplo apenas algum desses anúncios, a fim de observarmos os adjetivos argumentais e predicadores, para então apontar como estes se estabelecem em uma Tradição Discursiva.

Preliminarmente pudemos observar em nosso corpus que os anúncios denominados “classificados” passaram a receber essa nomeação no jornal Tribuna do Norte, a partir da década de 80 do século XX. Nos anos anteriores, desde a data de fundação do jornal (24 de março de 1950) vinham em uma seção denominada “oportunidades”.

Este trabalho está dividido em três partes: inicialmente tecemos considerações a respeito da Tradição Discursiva como modelo teórico que embasa nossa pesquisa; no segundo momento apresentamos os aspectos característicos dos adjetivos argumentais; e

por fim, fazemos uma análise em uma perspectiva diacrônica dos “classificados”, especificamente os de venda de imóveis, mostrando de que forma os adjetivos são evocados para tessitura do texto; dessa maneira, analisamos os traços que constituem os anúncios enquanto tradição.

1. Tradição Discursiva

A Tradição Discursiva surgiu na Alemanha, especificamente dentro da Linguística Românica, a partir da última década de 80, impulsionada pelos estudos de Eugenio Coseriu, que já concebia a língua em uma perspectiva histórica. Opondo-se a visão estruturalista de Saussure, que trazia como a mais importante de suas propostas no livro *Curso de Linguística Geral* (1916) a dicotomia entre língua (*langue*) e fala (*parole*), o linguista romeno propõe um acréscimo à dicotomia saussuriana, dessa vez, com estudos linguísticos voltados para a compreensão da língua enquanto fenômeno histórico, contrapondo a visão de que a língua seria atemporal. Esse acréscimo se deu através da tripartição que Coseriu (1979, p.73) fez em relação ao fenômeno linguístico, onde propôs a distinção entre:

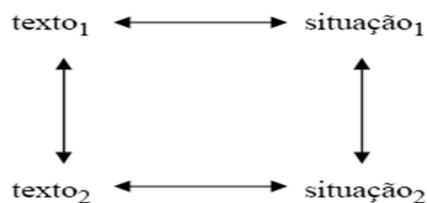
- sistema: forma indispensável, oposição funcional;
- norma: representa o primeiro grau de abstração da língua e contém somente aquilo que no falar concreto é repetição de modelos anteriores;
- fala: atos linguísticos concretamente registrados no próprio momento de sua produção.

Ainda partindo da visão tripartida da língua, Coseriu (2007, p. 130) apresenta o que para ele corresponde aos três níveis da linguagem:

- 1) O nível universal da linguagem ou nível do falar em geral;
- 2) O nível histórico das línguas;
- 3) O nível individual dos textos.

A partir dessa concepção sobre os níveis da linguagem, é que se torna possível compreender a relação do uso da linguagem com a construção dos textos, uma vez que são produzidos para a comunicação humana e estão situados no nível histórico e no nível individual, isso porque quando o locutor elabora seu texto o faz utilizando os conhecimentos do saber idiomático e das tradições textuais historicamente constituídas, pois “não se pode falar universalmente sem falar uma língua e sem produzir textos, e não se pode falar uma língua como sistema de signos sem que seja mediante textos.” (KABATEK, 2006, p. 506). Portanto, é impossível falar de Tradição Discursiva sem relacionar ao aspecto histórico. Tal afirmação justifica-se pelo fato de existir tradições textuais definidas, que permanecem ao longo do tempo e que se tornam estruturas na realização comunicativa, seja ela oral ou escrita, ou seja, “as tradições discursivas são, nesse sentido, formas textuais que são evocadas e que se repetem, e, nesse processo contínuo de evocação e repetição, ora conservam elementos linguísticos e/ou discursivos (traços de permanência), ora apresentam inovações (vestígios de mudança).” (cf. ZAVAM, 2009)

Assim, a Tradição Discursiva se constitui das maneiras tradicionais de dizer ou de escrever, nesse caso, a sua realização se dá no momento em que o falante/ escritor as utiliza como recurso para a enunciação do seu discurso, havendo então a evocação de formas já existentes que são repetidas em uma determinada situação comunicativa, como podemos observar no esquema a seguir.



(cf. KABATEK, 2006, p. 511)

A Tradução Discursiva permeia todo tipo de categoria textual, independente da quantidade de repetições que haja, desde que estas sejam repetições linguísticas, embora que nem todas as repetições constituam uma tradição discursiva. O que se torna relevante assegurar é: mesmo que nem todas as repetições constituam uma marca de TD, necessariamente para que se reconheça uma categoria tradicional, é imprescindível o recurso da repetição, e por isso, Kabatek (2006) enumera três condições para a ocorrência da TD:

a) A primeira é que uma TD deve ser discursiva, quer dizer que ficam excluídas todas as repetições não linguísticas.

b) A segunda condição é que mesmo no caso da repetição de elementos linguísticos, nem toda repetição forma uma TD.

c) A terceira condição, que é a mais complexa, se refere ao conteúdo de um texto.

Para Kabatek (2006), a repetição da comunicação de um conteúdo já é uma TD, pois é algo linguístico e ao mesmo tempo algo que se repete. Porém ao tratar especificamente da Tradução Discursiva em relação ao texto, Kabatek (2006, p. 510) afirma que:

As TDs se revelam portanto, a partir de um texto em um momento determinado da história com outro texto anterior: uma relação temporal com *repetição* de algo. Esse “algo” pode ser a repetição total do texto inteiro, mas também pode ser apenas a repetição parcial ou a evocação de uma fórmula linguística que se repete.

Na medida em que usamos a linguagem em uma determinada situação comunicativa, evocamos um tipo de texto/discurso, e assim deixamos de formular um mero enunciado para produzirmos textos que são recursivamente constituídos por outros textos, e nessa produção comunicativa utilizamos as tradições que já existem em nosso acervo lexical, e em se tratando da produção escrita, das formas textuais convencionadas.

2. Adjetivos adnominais

O adjetivo constitui a base informacional do sintagma nominal, atribuindo ao núcleo características, estado, qualidade ou modo de ser, como apontam muitas gramáticas ao definirem essa classe gramatical. E partindo da conceituação de Borba (1996, p. 142), podemos observar que “é próprio do adjetivo não incidir sobre si mesmo, mas sobre um suporte a que ele não leva a precisão concreta, ou seja, todo adjetivo, comporta uma incidência sobre outra coisa que não ele mesmo”.

Quando os adjetivos mantêm relação com o núcleo no interior do sintagma nominal (SN) são considerados adjetivos adnominais. De acordo com Muller (2003), eles são classificados como:

1. **Adjetivos argumentais:** assumem uma posição aberta pelo substantivo-núcleo, onde o caso mais frequente é o adjetivo seguido de um substantivo deverbal.

2. **Adjetivos predicativos:** são aqueles que se interpretam no interior de uma estrutura baseada em um verbo, geralmente o copulativo.

Os adjetivos predicadores são flexíveis quanto a sua posição anteposta ou posposta ao núcleo, diferindo-se portanto dos adjetivos argumentais que somente aceitam a posposição em relação ao seu referente, de modo que, é a posição do adjetivo no entorno do sintagma nominal que certamente implica no valor semântico e na própria intencionalidade do locutor/ autor ao empregá-lo anteposto ou posposto ao núcleo. Em suma, os adjetivos argumentais mantêm uma relação atributiva exigida pelo substantivo (núcleo), enquanto que os adjetivos predicadores mantêm uma relação de autonomia.

Muller (2003) apresenta as propriedades que caracterizam o uso argumental dos adjetivos:

- a) Estabelecem uma relação temática com o substantivo núcleo;
- b) Aceitam a comutabilidade por expressão nominal;
- c) Não aceitam a anteposição.

Os adjetivos predicadores exibem outras características:

- a) São parafraseadas por sentença relativa;
- b) Poderiam ser usadas como predicativo do objeto;
- c) Aceitam a anteposição;
- d) Podem variar em grau.

Dessa forma, para que se possa reconhecer a função que o adjetivo desempenha em uma dada situação, é preciso observar inicialmente a sua relação com o núcleo, o que por sua vez corresponde ao sintagma nominal. A respeito disso Tarallo (1990) comenta que:

Na expansão dos sintagmas nominais em português cabe ao adjetivo a última posição: a menina bonita, o menino inteligente. O que rege essa posição do adjetivo é, segundo Câmara Junior, um fator de ordem funcional: ‘Há um princípio básico, que consiste em atribuir ao último termo do enunciado o máximo valor informativo’ [Câmara Junior, 1976: 250]. Mas Dentro do sintagma nominal, o adjetivo também pode aparecer anteposto ao substantivo.

Como vimos anteriormente, os adjetivos argumentais não aceitam a anteposição, porém com os adjetivos predicativos podemos observá-los tanto pospostos quanto antepostos ao nome.

Os adjetivos predicadores podem ser predicados de um, dois e talvez mais lugares. Quando de mais de um lugar, estes adjetivos abrem espaço para uma comparação em relação a alguma classe - são **relacionais**. Por essa mesma razão são esses os adjetivos que podem ser antepostos ao núcleo nominal, pois quando anteposto o adjetivo toma o nome-núcleo do sintagma como a classe sob a qual se efetua a comparação (c.f. Menuzzi, 1992, apud. MULLER 2003). No tocante a isso, é importante frisar que a comparação tanto pode acontecer de forma explícita quanto implícita, o que não implica no valor atributivo do adjetivo em relação ao núcleo, apenas indica a propriedade do adjetivo em relação a um ou mais objetos.

3. Adjetivos adnominais como marcas de Tradição Discursiva nos anúncios

O jornal Tribuna do Norte foi fundado pelo então deputado Aluísio Alves em 24 de março de 1950, e, atualmente é considerado o jornal de maior circulação no estado do Rio Grande do Norte. A nossa análise será voltada para os anúncios desse jornal, especificamente os que hoje conhecemos por anúncios “classificados”, já que nas primeiras décadas de existência deste, tais anúncios vinham em uma seção denominada “Oportunidades”, como podemos observar na imagem abaixo.

PORTUNIDADES TRIBUNA DO NORTE, QUARTA FEIRA, 29 DE JUNHO DE 1955

Oportunidades

ALUGA-SE
O prédio a rua general Osório n. 197, térreo e 1º andar, ótimo para comércio a tratar no Café Maia com Rostine Azevedo.

COPIA FOTOSTÁTICA
Em 1 minuto — Rua Nizia Floresta — 71 1. andar.

FLORES NATURAIS
Várias espécies, corbelinas, corúas, lindos bouquets — Rua OM, 1.139

LOTES DE TERRENO A PRESTAÇÃO
Economize mas valorize a sua economia, adquirindo o seu lote de terreno em lugar de valorização garantida, para a venda Avenida 16 perto da futura Escola Industrial lotes de 21.000,00 em 70 prestações de 300,00 e Avenida Miguel Castro, perto da Fábrica de Tecidos, lotes de 20.000,00 em 100 prestações de 200,00 todos sem juros sem entrada e sem fiador. Damos posse imediata.
Praceta Pedro Barbosa, Avenida Tavares de Lira 40 — Fone 1647 Ribeira.

MOVEIS
Vende-se um ótimo estufo (sofá e duas poltronas)

Realidade Incontestável!!!



Propriedade imobiliária

— Conclusão da 3ª página —
Assim, para compensar o que pesa de condomínio e de impostos não pode aumentar no imposto dos com o "lar próprio" crescem incessantemente alugados, aumenta os de re...
Este ano a Prefeitura aumentou sensivelmente o valor locativo dos imóveis da residência própria...
Vários amigos meus, que têm em Copacabana. É um desestímulo nham adquirido apartamentos para para os que pensam em adquirir um moradia, chegaram à conclusão de ar para sua própria moradia.
que há mais vantagem em desfazer. De tudo se conclui que nesse caso dêias e viver em apartamento espiula, de locação e impostos de pré-lugado, a despeito de qualquer nídios tudo é desconexo. Fazem bem vel de aluguel isto porque esse ni os proprietários de imóveis em se vel se torna fixo, ao passo que as des agitamem...

A vida...
— Conclusão da 3ª página —
um grande e digno homem.
Para quem tenha tais pontos de vista, para quem consi dêre meditare uma vida como a de Machado de Assis, medite cre será também o esforço de quem procure, como procurei, recreativamem e...



Data/ Edição: 29 de junho de 1955

Para essa análise foram selecionados anúncios do século XX e XXI, a começar pelo ano de 1951 até o ano de 2010, porém para exemplificação e amostragem do corpus será apresentado um anúncio de cada década. Com relação aos resultados, estes serão alcançados com base em todo o corpus, o qual é composto de três mil palavras. No método para nossa análise foram escolhidos dez anúncios de meses escolhidos alternados, para cada década. Seguindo esse esquema, a partir de uma análise diacrônica objetivamos observar como os adjetivos adnominais (argumentais e predicadores) podem indicar uma marca de Tradição Discursiva.

Vejamos então alguns desses anúncios:

Título do Jornal: Tribuna do Norte

**VENDE-SE uma ótima casa na praia da REDINHA, com 3 quartos, sala de jantar, cosinha, dispensa, banheiro e aparelho interno, terraço, calçadas e um cacimbão.
A tratar na rua Frei Miguelinho n. 28 — Fone — 19-53.**

Anúncio 1- Data/Edição: 11 de outubro de 1951

VENDE-SE uma ótima casa/ na praia da REDINHA, com 3/ quartos, sala de jantar, cosinha, dispensa, banheiro, terraço, calçadas e um/ cacimbão.// A tratar na rua Frei Migue-/ linho n. 28 – Fone – 19-53.

Observemos que nesse anúncio, o adjetivo está anteposto, o que elimina a possibilidade de um adjetivo argumental, já que este não aceita a anteposição. Temos portanto, um caso de adjetivo predicador. Embora não apareça explicitamente ligado a um verbo copulativo, ao usarmos um dos princípios dos adjetivos predicadores, que é a paráfrase, obtemos o seguinte enunciado: “uma casa é que é *ótima*”.

Vejamos outro exemplo:

Título do Jornal: Tribuna do Norte

CASA NO CENTRO DA CIDADE
Vende-se uma grande casa na rua Gonçalves Ledo, 681
Preço Cr\$ 1.000.000.00. Tratar na Casa Vale — Rua João Pessoa, 81.

Anúncio 2- Data/Edição: 18 de março de 1960

CASA NO CENTRO DA CIDADE// Vende-se uma grande casa na rua Gonçalves Ledo, 681/ Preço Cr\$ 1.000. 000. 00. Tratar na Casa Vale – Rua João/Pessoa, 81.

A anteposição do adjetivo “*grande*” em relação ao núcleo ao qual se relaciona aponta para uma quantificação de grau, dessa forma, o enunciado “Vende-se uma grande casa” pode variar para: “Vende-se uma casa muito grande.” É portanto, um adjetivo predicador.

Vejamos mais um exemplo:

Título do Jornal: Tribuna do Norte

VENDE—SE ou aluga—se
uma ótima casa residencial,
com 7 quartos, quase todos
com guarda—roupas embuti
dos, 3 salas amplas, 3 banhei
ros, copa—cozinha despensas
com armários embutidos,
dependência de empregada
mais um quarto externo.
oitões livres, terraços, garagem,
amplo quintal com fruteiras.
Presta—se também para re—
partição, escola, pensionato
ou clínica. Ver e tratar na
Av. Afonso Pena — 1061.

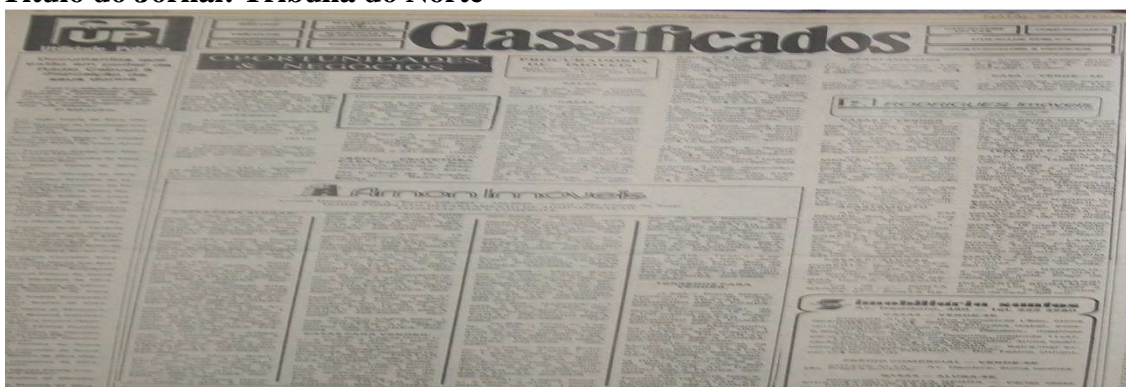
Anúncio 3- Data/Edição: 10 de janeiro de 1970

VENDE-SE ou aluga-se/ uma ótima casa residencial,/ com 7 quartos, quase todos/ com guarda-roupas embuti-/ dos, 3 salas amplas, 3 banhei-/ ros, copa-cozinha despensas/ com armários embutidos,/ dependência de empregada/ mais um quarto externo,/ oitões livres, terraços, garagem,/ amplo quintal com fruteiras./ Presta-se também para re-/ partição, escola, pensionato/ ou clínica. Ver e tratar na/ Av. Afonso Pena – 1061.

A propriedade do adjetivo “ótima” nesse contexto, nos leva a observar uma das propriedades mais marcantes dos adjetivos predicadores: funcionar como predicador de mais de um lugar (seria *ótima* como casa residencial e como escola, por exemplo).

Na década de 80 a seção denominada “Oportunidades” ganha o nome de “Classificados”. Nela, o espaço para os anúncios de venda era maior e vinha com um número mais diversificado de produtos, como podemos observar no recorte abaixo.

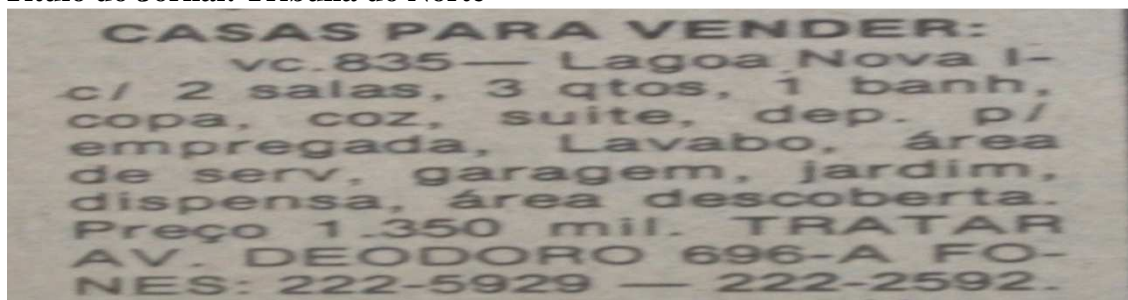
Título do Jornal: Tribuna do Norte



Data/Edição: 10 de janeiro de 1970

Vejamos outro exemplo:

Título do Jornal: Tribuna do Norte

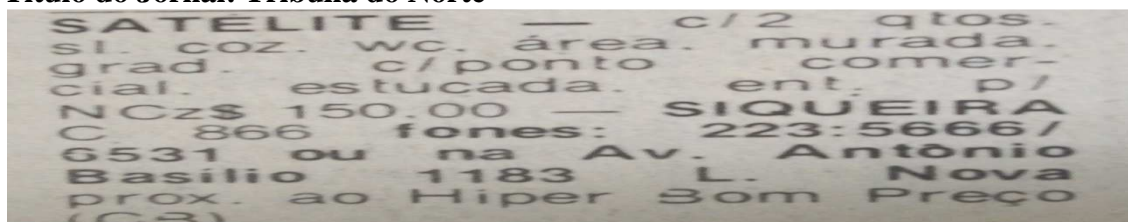


Anúncio 4- Data/Edição: 10 de janeiro de 1980

CASAS PARA VENDER:/ vc. 835 – lagoa Nova I-/ c/ 2 salas, 3 qtos, 1 banh,/ copa, coz, suíte, dep. p/ / empregada, Lavabo, área/ de serv, garagem, jardim,/ dispensa, área descoberta./ Preço 1.350 mil. TRATAR/ AV. DEODORO 696 – A FO-/ NES: 222-5929 – 222- 2592

O adjetivo “*descoberta*” satisfaz a exigência do núcleo ao qual se refere, e como também não é possível realizar a anteposição, temos um caso de adjetivo argumental e posposto.

Título do Jornal: Tribuna do Norte



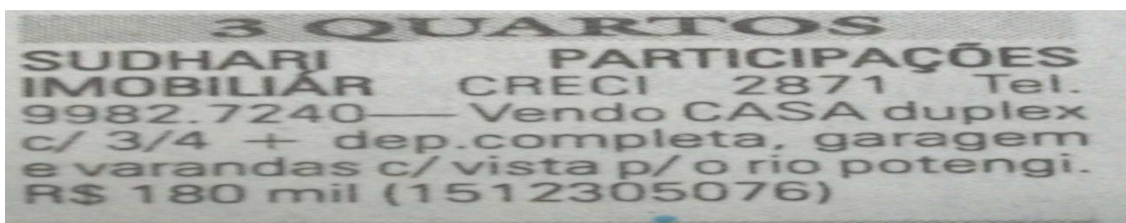
Anúncio 5- Data/Edição: 23 de janeiro de 1990

Vende-se **casa** – c/ 2 qtos./ sl. Coz. WC. área. murada./ grad. c/ ponto come-/ cial, estucada. Ent. p/ / NCz\$ 150. 00 – SIQUEIRA/ C 866 FONES: 223: 5666// 6531 ou na Av. Antonio/ Basílio 1183 L. Nova/ prox. Ao Hiper Bom Preço/ (CB)

Notemos que o adjetivo “*murada*” ao se referir ao núcleo “*casa*” não aceita a anteposição: “*murada casa*”; outro aspecto a ser observado é a possibilidade de aplicarmos a comutabilidade por expresso nominal: “*casa murada*” = “*casa de muro*”. Tais propriedades indicam portanto a existência de um adjetivo argumental.

Observemos os exemplos a seguir.

Título do Jornal: Tribuna do Norte

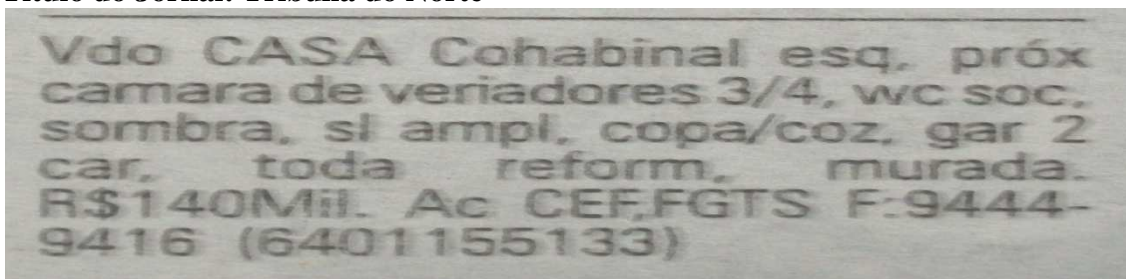


Anúncio 6- Data/Edição: 02 de janeiro de 2000

3 QUARTOS// SUDHARI PARTICIPAÇÕES/ IMOBILIAR CRECI 2871 Tel./ 9982.7240 – Vendo CASA duplex/ c 3/4 + **dep. completa**, garagem/ e varandas c/ vista p/ o rio potengi./ R\$ 180 mil (1512305076)

O adjetivo “*completa*” posposto ao núcleo indica a ocorrência do adjetivo argumental, pois o caso que se aplica a esse exemplo é a não aceitação da anteposição em relação ao núcleo.

Título do Jornal: Tribuna do Norte



Anúncio 7- Data/Edição: 15 de janeiro de 2010

Vdo **CASA** Cohabinal esq, próx/ camara de veriadores 3/4 , WC soc./ sombra, sl ampl copa/coz, ga 2/ car, toda reform, **murada**./ R\$ 140 Mil. Ac CEF,FGTS F: 9444-/ 9416 (6401155133)

O princípio que norteia a existência de um adjetivo argumental é o mesmo do exemplo citado de 1990, pois o adjetivo “*murada*” ao se referir ao núcleo “*casa*” não aceita a anteposição: “*murada casa*”, e também podemos aplicar a comutabilidade por expressão nominal: “*casa murada*” = “*casa de muro*”.

Diante das análises apresentadas e do corpus levantado para essa pesquisa (já citado anteriormente), podemos perceber que nos anúncios atualmente nomeados de “classificados” existe a presença recorrente dos adjetivos adnominais, que se dividem em argumentais e predicadores; estes por sua vez constituem o eixo que norteia a informação/ argumento do núcleo ao qual o adjetivo se refere.

Conforme Kabatek (2006) a TD pode se manifestar através da “repetição de um texto ou de uma forma textual ou de uma maneira particular de escrever ou falar que adquire valor de signo próprio (portanto é significável).” Ou ainda “qualquer relação que se pode estabelecer semioticamente entre dois elementos de tradição (atos de enunciação ou elementos referenciais) que evocam uma determinada forma textual ou

determinados elementos lingüísticos empregados.” Essas considerações podem ser relacionadas com os adjetivos argumentais e predicadores, na medida em que:

I. evocam uma forma textual diante do processo constitutivo do gênero analisado.;

II. mostram através da anteposição e da posposição a tradição do repertório lingüístico do século XX e do século XXI.

De acordo com o corpus composto por setenta anúncios, dos anos de 1951, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000 e 2010, quanto à recorrência dos adjetivos adnominais e a posição deles no sintagma nominal de acordo com cada década analisada, pudemos observar as seguintes ocorrências:

	ANTEPOSIÇÃO	POSPOSIÇÃO	ARGUMENTAIS	PREDICADORES
1951	7	5	2	9
1960	7	3	2	8
1970	4	5	3	5
1980	6	4	3	6
1990	3	8	5	2
2000	3	7	5	3
2010	2	5	6	3

Assim, de acordo com os resultados obtidos, observamos que:

1. Os adjetivos predicadores e antepostos eram mais frequentes entre as décadas de 50, 60, 70 e 80, o que possivelmente remete a tradição jornalística dos períodos citados;
2. Os adjetivos argumentais e pospostos passaram a integrar os “classificados” de forma mais recorrente a partir da década de noventa até os dias atuais.

Como aponta Callou (2004):

Percebe-se que há uma possibilidade maior de anteposição do adjetivo em *anúncios* de jornais, nos quais o anunciante tenta persuadir o leitor a comprar os “produtos” anunciados, em relação aos editoriais e às notícias. Logo, existem mais adjetivos antepostos do que pospostos no discurso publicitário.

Considerações finais

Diante dos resultados obtidos pudemos comprovar que estes apontam para um número maior de ocorrências em relação à anteposição do adjetivo, o que certamente está relacionado ao uso da linguagem jornalística, especialmente dos anos 50 a 80, já que a partir da década de noventa pode se observar que essa tradição tornou-se menos frequente, pelo menos em se tratando dos anúncios “classificados” do jornal Tribuna do Norte. O uso do adjetivo predicador também era mais frequente desde a fundação do jornal e ainda perdura como sendo uma tradição do tipo de anúncio analisado na relação

entre o adjetivo e o seu núcleo, embora possamos considerar que o uso do adjetivo argumental tenha se tornado mais frequente a partir dos anos oitenta.

Assim, concluímos que há de fato uma tradição quanto ao uso dos adjetivos nos anúncios classificados e que o uso recorrente deles evocam uma marca de Tradição Discursiva.

Referências

BORBA, Francisco S. **Uma gramática de valências para o português**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

CALLOU, D. M. I. ; NASCIMENTO, M. F. B. ; SERRA, C. ; SALES, S. ; PEREIRA, L. . **Sobre a posição do adjetivo no sintagma nominal no corpus VARPORT: séculos XIX e XX**. Actas do XIX Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Linguística, Lisboa, v. 1, p. 89-100, 2004.

CLASSIFICADOS. **Tribuna do Norte**, Natal, caderno 6, 4 jan. 1980.

CLASSIFICADOS. **Tribuna do Norte**, Natal, caderno 6, 23 jan. 1990.

CLASSIFICADOS. **Tribuna do Norte**, Natal, caderno 6, 2 jan. 2000.

CLASSIFICADOS. **Tribuna do Norte**, Natal, caderno 6, 15 jan. 2010.

COSERIU, E. **Sincronia, diacronia e história**. Rio de Janeiro: Presença; São Paulo: USP, 1979 .

_____. **Lições de lingüística geral**. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1980.

_____. **Lingüística del texto: introducción a la hermenéutica del sentido**. Madrid: Arco/Libros, 2007.

KABATEK, Johannes: **Tradições discursivas e mudança lingüística**. In: **Tânia Lobo (ed.): Para a História do Português Brasileiro VI**, Salvador: EDUFBA, 2006 (*no prelo*). Texto apresentado no encontro PHPB em Itaparica, Bahia, setembro de 2006.

MULLER, Ana ; NEGRÃO, E. V.; PEMBERTON, G. N. **Adjetivos no Português do Brasil: Predicados, Argumentos ou Quantificadores?**. In: M. Bernadete Abaurre; Angela Rodrigues. (Org.). **Gramática do Português Falado**. 1 ed. Campinas: UNICAMP/FAPESP, 2003, v. 7, p. 317-344.

NEGRÃO, E. V. ; MULLER, Ana ; FOLTRAN, M. J. . **Adjetivos**. In: **Rodolfo Ilari; Maria Helena de Moura Neves. (Org.). GRAMÁTICA DO PORTUGUÊS CULTO FALADO NO BRASIL: Classes de palavras e processos de construção**. 1 ed.

Campinas: Ed da UNICAMP, 2008, v. II, p. 25-35.

MULLER, Ana ; NEGRÃO, E. V. ; PEMBERTON, G. N. . **Adjetivos no Português do Brasil: Predicados, Argumentos ou Quantificadores?**. In: M. Bernadete Abaurre; Angela Rodrigues. (Org.). Gramática do Português Falado. 1 ed. Campinas: UNICAMP/FAPESP, 2003.

SAUSSURE, F. **Curso de Lingüística Geral**. Rio de Janeiro: Cultrix, 1977.

TARALLO, Fernando (1990). **A pesquisa sociolingüística**. São Paulo: Ática, Série Princípios.

ZAVAM, A. S. **Historiando uma tradição discursiva: a construção da autoria institucional em editoriais de jornais cearenses**. Encontros de Vista, v. 3, p. 1/1º-16, 2009.