

## **AS TÉCNICAS ARGUMENTATIVAS DA NOVA RETÓRICA NA CONSTRUÇÃO DO GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO.**

Jammara Oliveira Vasconcelos de SÁ ( Universidade Federal do Ceará)

**RESUMO:** Esta pesquisa tem como escopo discutir o emprego das técnicas argumentativas da nova retórica como recurso importante na construção de textos do gênero anúncio publicitário. Para esta discussão, consideramos anúncio um gênero textual pertencente à colônia dos gêneros promocionais, marcado pelos propósitos comunicativos do enunciador (BHATIA, 1993) e compreendemos as técnicas argumentativas como constituídas por quatro grupos (PERELMAN E TYTECA, 1996): os argumentos quase-lógicos, os argumentos baseados na estrutura do real; os argumentos que fundamentam a estrutura do real e no quarto grupo a dissociação das noções. A partir destes pressupostos, analisaremos 30 anúncios publicitários extraídos do meio impresso e digital, tencionando investigar como as técnicas argumentativas atuam no gênero analisado. Como resultado das amostras analisadas, observamos que as técnicas argumentativas defendidas pela nova retórica se revelam um recurso importante no processo de interação verbal, atendendo, neste caso, a intencionalidade e aos objetivos do enunciador na composição dos anúncios publicitários. (149 palavras)

**PALAVRAS – CHAVES:** Retórica. Argumentação. Anúncios.

### **1. Introdução**

Entendendo os anúncios como textos que carregam entre suas características importantes, a intencionalidade e a argumentatividade latentes no discurso publicitário, o presente artigo procura analisar as técnicas argumentativas da Nova Retórica como estratégias de condução da argumentação nos textos desta natureza, aspecto que motivou a presente pesquisa. Para esta discussão, este artigo foi dividido em quatro partes. A primeira com a introdução, apresentando os aspectos gerais da pesquisa, a segunda parte que oferece um panorama da teoria de base que ampara as reflexões as quais chegamos, a terceira seção que representa uma amostra dos casos analisados e a última com as considerações finais da pesquisa.

### **2. Fundamentação teórica**

#### **2.1 Algumas considerações sobre texto, enunciação e discurso**

Desde a Antiguidade a investigação acerca da relação entre as palavras e o que elas designam é alvo de estudos, primeiramente na Filosofia e, depois, na Linguística. Ambas buscaram, cada uma ao seu modo e com métodos próprios, identificar como acontece tal relação.

Dentre as várias concepções que explicam como se dá tal relação, admitimos a que concebe a linguagem como uma atividade constitutiva do pensamento, cujo espaço de

realização e construção é a interação verbal, e não como um produto acabado, mas como algo que se estabelece essencialmente através da prática linguística empreendida pelos sujeitos nos processos interlocutivos atualizados nas diferentes esferas de atividade humana que integram (BAKHTIN, 1979). Desta forma, a concepção de linguagem admitida neste trabalho implicará diretamente na concepção de enunciação e de discurso que adotamos. Assim, entendemos a enunciação como uma atividade interativa de linguagem, constituída de trocas explícitas ou implícitas entre enunciadores que constroem juntos o discurso. Da mesma forma, concebemos o discurso como uma ação interativa de linguagem que tem sentido no interior de outros discursos e pode ser caracterizado pelos seguintes aspectos: é contextualizado e organizado para além da frase, é orientado de forma linear, é assumido por um sujeito que serve de referência pessoal, temporal e espacial e que se submete às normas nas quais se inserem os atos do discurso (MAINGUENEAU, 2002).

Partindo disto, concordamos com Koch (2004), ao afirmar que o conceito de texto dependerá diretamente das concepções de língua e de sujeito que admitimos. Se concebermos a língua como código, ou seja, como simples instrumento de comunicação e o sujeito como (pré) determinado pelo sistema, o texto será apenas um produto da codificação de um emissor a ser decodificado pelo leitor/ouvinte, a este último sendo suficiente, para uma adequada decodificação, apenas o conhecimento do código. Já se entendermos a língua dentro de uma perspectiva interacionista, a qual defende que os interlocutores são construtores dos sentidos atribuídos aos termos da língua, estamos admitindo uma postura sócio-cognitivista acerca dos fatos da língua, que considera fatores de natureza sociais e culturais no processamento cognitivo da linguagem. Desta forma, os sujeitos são construtores sociais, e o texto tornar-se-á o próprio lugar de interação na construção do sentido.

De acordo com as concepções acima descritas, admitimos, em nosso trabalho, o texto como uma atividade interativa complexa e repleta de processos referenciais que atuam diretamente na elaboração dos sentidos e reconhecemos o leitor/ouvinte, assim como o autor, como sujeitos ativos no decorrer desse processo comunicativo. Assumindo uma concepção interativa de texto, acreditamos, ainda, que o enunciador/autor ao elaborar uma expressão referencial possa, através de uma simples escolha lexical, revelar um julgamento, comprovando, neste caso, que a argumentação é uma atividade inerente ao discurso.

Após termos definido a concepção de texto com a qual trabalharemos, é necessário ressaltar, ainda, como concebemos o texto do gênero anúncio publicitário neste artigo. Assim, admitimos desde já que não é objetivo da presente pesquisa investigar as características constitutivas do gênero analisado, motivo pelo qual nos restringiremos a apontar a definição que consideramos mais coerente para a investigação que nos propomos.

Desta forma, compartilhamos dos postulados de Sousa (2005) ao caracterizar este gênero textual “com domínio discursivo pertencente à constelação dos gêneros promocionais de caráter persuasivo, com o propósito comunicativo de divulgar produtos do âmbito da publicidade, prioritariamente, e da propaganda”. Aspectos que nortearão nossa análise de como as técnicas argumentativas da Nova Retórica contribuem para a condução da argumentação na elaboração do gênero anúncio publicitário de cosméticos.

## **2. 2 As técnicas argumentativas da Nova Retórica**

De acordo com Perelman e Tyteca (1996) as técnicas argumentativas da Nova Retórica se agrupam em quatro grupos: os argumentos quase-lógicos; os argumentos baseados na estrutura do real; os argumentos que fundamentam a estrutura do real e no quarto grupo a dissociação das noções.

### 2.2.1 Os argumentos quase-lógicos

Pertencentes ao primeiro grupo das técnicas argumentativas, os argumentos quase-lógicos se apresentam como princípios comparáveis a raciocínios formais, lógicos ou matemáticos. É importante salientar que, ao contrário dos princípios lógicos da demonstração, os argumentos quase-lógicos podem ser rejeitados, demonstrando-se que não são ‘puramente’ lógicos (REBOUL, 1998, p. 168). Segundo Perelman e Tyteca (1996) os argumentos quase-lógicos se caracterizam pelo aspecto não-formal e se subdividem da seguinte forma:

#### a) Argumentos de contradição, de incompatibilidade e do ridículo

Para Perelman e Tyteca (1996) a contradição lógica se insere em um sistema formal que está sujeito às convenções aceitas pela sociedade e independem da vontade humana. Segundo os autores, neste subgrupo, se encontram os argumentos por contradição, incompatibilidade e pelo ridículo. De acordo com os autores, os argumentos por contradição se diferenciam dos que ocorrem por incompatibilidade da seguinte forma: a contradição ocorre entre duas proposições e pressupõe um formalismo ou, pelo menos, um sistema de noções, enquanto que a incompatibilidade é sempre relativa a situações contingentes sejam elas geradas pelas leis da natureza ou pela vontade humana. Como podemos verificar na incompatibilidade ilustrada pelos autores no exemplo abaixo.

(1) Será difícil fazer homens sensatos admitirem que aquele que, de olhos secos e espírito satisfeito entrega seu irmão aos executores para ser queimado vivo está sinceramente e de todo coração preocupado em salvar esse irmão das chamas do inferno (...) (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.231)

Ainda sobre esta técnica, os autores destacam que, a contradição ou autofagia está, justamente, em mostrar que as teses do enunciador se destroem por si mesmas, e a incompatibilidade, neste caso, pode ser representada, especialmente, pela retorsão, ou seja, em “retornar o argumento do adversário mostrando que, na verdade, esse é aplicável contra ele mesmo” (PERELMAN, 1996, p.220).

No terceiro tipo dos argumentos quase-lógicos encontra-se a argumentação pelo ridículo que se identifica, de acordo com Perelman e Tyteca (1996), como algo que mereça o riso de exclusão, desmerecendo a argumentação. Segundo Sousa (2003), é a incompatibilidade que está na essência do ridículo, aspecto com o qual concordamos por julgarmos que algo ridículo é incompatível com o que é esperado pelo enunciador no processo da argumentação.

#### b) Argumentos por identidade e definição, analiticidade e tautologia

A identificação é considerada por Perelman e Tyteca (1996) como a essência da argumentação quase-lógica, reconhecendo que o próprio ato de definir um termo é um processo argumentativo, pois é fruto de escolhas por parte do enunciador, aspecto com o qual concordamos e assumimos nesta pesquisa. Para os autores o procedimento mais característico desta técnica argumentativa é uso de definições, que podem ser de quatro tipos: a definição normativa, a definição descritiva, a definição por condensação e a definição complexa.

Também pertencente às técnicas argumentativas por definição está a analiticidade que segundo os autores, pode ser constituída por definição ou por enumeração. Os autores

salientam, ainda, que a extensão de um conceito representado através da análise, dependerá dos elementos com os quais ela se relaciona.

Já nas tautologias, os autores destacam que, através de modelos já conhecidos, podem ser identificadas diferenciações e a partir destas diferenças podemos estabelecer uma variedade de relações entre os termos, a ser exploradas de acordo com os propósitos comunicativos do enunciador, como no exemplo (2), no qual os termos repetidos podem ser interpretados com significado diferente.

(2) um tostão é um tostão. (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.246)

#### c) A regra de justiça e de reciprocidade

Na Nova Retórica, a regra de justiça praticada, também na argumentação, defende um tratamento idêntico a seres de uma mesma categoria. Segundo os autores o exercício da regra de justiça, autoriza o argumento da reciprocidade que consiste em aplicar o mesmo tratamento a situações correspondentes, como no relato de Quintiliano sobre o aprendizado:

(3) O que honroso aprender, também é honroso ensinar. (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.251)

#### d) Argumentos de transitividade, de inclusão e de divisão

Neste subgrupo estão os argumentos que assumem um caráter quase matemático e que se diferenciam, segundo Perelman e Tyteca (1996), da seguinte forma: a transitividade que ocorre quando, através de um processo uma noção ou idéia transita, ou seja, passa de um termo a outro ou de uma situação a outra, como pode ser verificado na relação transitiva da máxima abaixo:

(4) Os amigos de nossos amigos são nossos amigos. (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.257)

Já nos argumentos de inclusão e divisão ocorre, respectivamente, o acréscimo de partes ao todo (inclusão) e a divisão do todo em partes, buscando uma orientação argumentativa. Os autores apontam como exemplos clássicos deste tipo de argumento os dilemas por se restringirem a escolha de uma só alternativa que representa o mal menor.

#### e) Argumentos de comparação: os pesos, as medidas e as probabilidades

Perelman e Tyteca (1996) apontam a comparação como recurso importante no processo da argumentação, para eles a comparação permite que se avalie um aspecto em relação ao outro, possibilitando escolher o melhor entre os apresentados, como podemos observar em (5) no qual observamos que o enunciador compara realidades entre si para fundamentar seu argumento.

(5) Paris tem três vezes mais habitantes do que Bruxelas. (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.274)

Os autores alertam, ainda, para a necessidade de se diferenciar esta técnica argumentativa, da argumentação por identificação e por analogia, pelo fato de cada um destes outros tipos apresentarem uma caracterização própria como vem sendo discutido no decorrer desta seção.

Também associado à comparação, está o argumento pelas probabilidades que se caracteriza por gerar avaliações baseadas nos acontecimentos, na sua importância e na frequência desses fatos, possibilitando o cálculo de probabilidades em torno de um tema.

### **2.2.2 Os argumentos baseados na estrutura do real**

Para Perelman e Tyteca (1996), enquanto os argumentos quase-lógicos buscam uma validade em virtude de sua natureza racional, os argumentos que compõem esta segunda técnica são caracterizados por se basearem na estrutura do real, ou seja, amparam-se nas validades presentes na própria sociedade para promover aproximações entre juízos e estabelecer novos valores. Partindo destas relações, segundo os autores, surgem as seguintes ligações: de sucessão (vínculo causal, argumento dos fins e os meios, o pragmático e os argumentos de desperdício, da direção e da superação) e as ligações de coexistência (o argumento da pessoa e de seus atos, da autoridade, da essência, da ligação simbólica, das hierarquias e das diferenças de grau e ordem) que se diferenciam da seguinte forma:

#### **a) Ligações de sucessão**

Nas relações de sucessão, de acordo com Perelman e Tyteca (1996) o vínculo com o causal representa papel muito importante. Desta forma, a argumentação pode direcionar-se para buscar causas, a determinação de efeitos e a apreciação de um acontecimento pelas suas consequências. Assim, baseado nas relações de sucessão: causa, efeito, consequência e finalidade que o argumento é construído. Aspecto observado no exemplo abaixo, baseado nas aventuras de Dom Quixote e Sancho Pança, apontado pelos autores como um caso caricaturado de argumento baseado no vínculo causal.

(6) Oh! Santo Deus! Será possível que tais coisas se passem no mundo e que os feiticeiros e os feitiços tenham tanta força que possam ter mudado o bom senso de meu amo em tão extravagante loucura? (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 302)

Para os autores, argumentos desta natureza possuem bases relacionadas ao cotidiano dos interlocutores, como o argumento pragmático que permite a elaboração do fato a partir de suas consequências, o argumento por finalidade no qual o meio possui valor relativo comparado ao fim, o argumento do desperdício, do supérfluo, de direção (decisivo), de superação e o excedente que visa apenas "um único valor, não se deixando limitar por nenhum outro, representando, assim, uma dificuldade ao desenvolvimento de outros argumentos." (PERELMAN E TYTECA, 1996)

#### **b) As ligações de coexistência**

Diferente das ligações de sucessão, as ligações de coexistência procuram estabelecer interação ato/pessoa unir realidades de nível desigual, sendo uma mais fundamental e explicativa do que a outra. Neste grupo, encontram-se argumentos que se ligam as pessoas e aos seus atos, dentre os quais podemos apontar o argumento de prestígio que faz com que uma pessoa provoque nas outras a tendência a copiar suas ações e revela como seus atos são acolhidos pelos outros. Semelhante ao argumento pelo prestígio está o argumento de autoridade que busca, através do prestígio de uma pessoa, fazer com que outros admitam sua

tese, como ocorre em (7) no qual o enunciador atesta a autoridade de Jesus baseado no respeito que Moisés e Elias têm por ele.

(7) Um mestre (Jesus) em quem aparece tanta autoridade, conquanto sua doutrina seja obscura, bem merece que se creia em sua palavra: ... Podeis reconhecer sua autoridade ao considerar o respeito que lhe prestam Moisés e Elias; ou seja, a ele nos ensina: toda a razão (...) (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 351)

Os autores alertam para o fato de que, o contrário do argumento de autoridade também caracteriza uma técnica argumentativa, denominada técnica de travagem, na qual os próprios preconceitos que temos sobre as pessoas são utilizados para limitar a proporção dos atos destas pessoas. Já técnica de ruptura, “é impedida a relação entre o ato e a pessoa desencadeada quando ocorre uma incompatibilidade entre o que julgamos da pessoa e o que pensamos do ato.” ( PERELMAN e TYTECA ,1996 - p.353)

### **c) As ligações simbólicas, as duplas hierarquias e as diferenças de ordem**

Também alicerçadas na estrutura do real e relacionadas às ligações de coexistência, encontram-se as ligações simbólicas. De acordo com Perelman e Tyteca (1996), tais relações compreendem o símbolo e o que ele evoca, acarretando transferências entre eles, segundo os autores é a essência mítica deste tipo de argumento que diferencia a ligação simbólica das ligações de sucessão e de coexistência. Os autores agrupam ainda, no mesmo grupo das ligações simbólicas, o argumento das duplas hierarquias, que se caracteriza por exprimir uma idéia de proporcionalidade, direta ou inversa, entre um termo e outro, como no exemplo (8):

(8) “Enquanto apraz aos bárbaros viver sem se preocupar com o amanhã, os nossos desígnios devem considerar a eternidade dos séculos” (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p.388 )

Além dos argumentos apresentados, temos ainda o argumento através de diferenças de grau e de ordem que são diretamente relacionadas às noções quantitativas (diferenças de grau) e qualitativas (diferenças de ordem).

### **2.2.3 Os argumentos que fundam a estrutura do real**

A terceira técnica argumentativa, representada pelos argumentos que fundam a estrutura do real, se subdivide em dois grupos: a fundamentação pelo recurso do caso particular e o raciocínio por analogia. No grupo dos argumentos baseados no caso particular estão os exemplos, as ilustrações e o modelo/antimodelo, e a analogia que se diferenciam da seguinte forma:

#### **a) O exemplo, a ilustração e o modelo / antimodelo**

Para Perelman e Tyteca (1996), nem toda descrição de um fenômeno deve ser considerada um exemplo, para eles será argumento pelo exemplo quando “fenômenos particulares forem evocados uns em seguida dos outros oferecendo, entre eles, alguma regularidade, aspecto que supõe um acordo prévio entre os interlocutores que permita a generalização destes casos” (PERELMAN E TYTECA, 1996). Aspecto observado no exemplo (9) com origem nos antigos lógicos indianos:



- (9) O monte é flamejante  
Porque fumegante  
Tudo que é fumegante é flamejante, assim como a fornalha;  
Assim como este, logo, assim. (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 401 )

Já no argumento através da ilustração, o caso apontado serve apenas para ilustrar, tencionando somente impressionar. Também presente neste subgrupo, a argumentação através do modelo pode utilizar casos particulares, com o objetivo de mostrar não simplesmente um exemplo, mas um modelo digno de ser seguido, aproximando-se, neste aspecto, do argumento de autoridade. É importante destacar, de acordo com Perelman e Tyteca (1996), que muitas características apresentadas no argumento pelo modelo aplicam-se, também, no sentido contrário, ao argumento do antimitelo. Enquanto no modelo indica-se algo a ser seguido, para o antimitelo mostra-se o que deve ser evitado.

## **b) A analogia**

Representando o segundo subgrupo de argumentos que se fundam na estrutura do real está a técnica argumentativa da analogia, caracterizada pela semelhança entre estruturas que seguem a seguinte fórmula: “A está para B assim como C está para D” (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 424).

- (10) “...Todas as outras substâncias dependem de Deus, como os pensamentos emanam de nossa substâncias...” (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 427 )

Para os autores, o essencial em uma analogia é que ela confronte o tema (o que se pretende mostrar) com o foro (algo concreto), tencionando provar a verdade dos fatos. É importante salientar que, tais acontecimentos podem, ainda, se apresentar de forma condensada, caracterizando-se, neste caso, a metáfora, ou seja, um tipo de argumento derivado de uma analogia, resultante de uma união de um elemento do foro (algo concreto) com um elemento do tema (o mais abstrato).

### **2.2.4 Os argumentos por dissociação das noções**

A última técnica argumentativa proposta por Perelman e Tyteca (1996) é o uso de argumentos por dissociação das noções que consiste, segundo os autores, “no rompimento das noções de pares hierarquizados: social/ individual, opinião/ verdade, subjetivo/ objetivo, nome/coisa etc”. Aspecto que podemos verificar facilmente na inversão abaixo:

- (11) “O poema deve ser uma pintura falante, e uma pintura, um poema mudo.” (PERELMAN e TYTECA, 1996 - p. 487 )

Neste processo argumentativo os pares hierarquizados sugerem, por si mesmo, uma discussão que, para os autores, gerará, em cada par, os contra-argumentos. De acordo com os pressupostos dos autores, faz-se importante mencionar acerca da dissociação das noções, que este tipo de técnica argumentativa possibilita a modificação das estruturas que oferecem base para a argumentação, proporcionando alterar a incompatibilidade de algumas teses e permitindo o surgimento de outras.

### 3. Algumas reflexões sobre a amostra

(12)



(Revista Cláudia Jan/2010)

Através da sequência: “Nesse verão, passe sundow e passe sua alegria adiante”, podemos identificar a passagem de um estado a outro, característica que permite ao texto assumir um caráter quase matemático, caracterizando a transitividade, um dos tipos de argumento quase-lógicos.

(13)



(Cláudia, Março/2010)

No anúncio (13), identificamos a enumeração de dicas de beleza, ilustrando o argumento da divisão um outro tipo de argumento também centrado na lógica. Neste caso, a argumentação é conduzida para a terceira dica de beleza e objetivo principal do anúncio: “deixe a propriedade nutritiva da fruta cuidar de sua pele”.

A enumeração das dicas de beleza, assim como, o desfecho do anúncio com a terceira dica tencionam convencer o consumidor a comprar, deixando claro a credibilidade dos produtos anunciados.





Já em (14), a sequência “o protetor solar que deixa o litoral norte com cara de pólo sul”, exige do leitor o conhecimento de um sistema de noções, neste caso referente ao clima, nos permitindo identificar o argumento da incompatibilidade, pois o clima do pólo sul nunca poderá ser vivenciado em outra região somente pelo uso de um produto.



(Claudia, Jun/2010)



(Claudia, maio/2010)

Nos casos (15) e (16), verificamos o aparecimento de mais de uma técnica argumentativa a ligação causa/ efeito, a ligação simbólica e, ainda, o argumento do modelo, pois os anúncios utilizam a imagem da cantora como o símbolo do sucesso, sugerindo que

através do uso do produto a consumidora causará o mesmo impacto. Outra técnica presente no anúncio (16) é a definição, considerada por Perelman e Tyteca (1996) a essência da argumentação quase-lógica.

(17)



<http://hotsites.boticario.com.br/active> - acesso 08/08/2010

Já em (17), podemos observar claramente a noção de proporcionalidade ilustrando o argumento das duplas hierarquias, que se ampara em padrões sociais, buscando promover novos valores. Evidenciado, neste caso, pela promessa de que, através do uso continuado, o produto tornará a pele mais jovem e a mulher ficará, segundo o anúncio, mais bela.

[HTTP://hotsites.boticario.com.br/active](http://hotsites.boticario.com.br/active) ( acesso: 26/08/2010)

#### 4. Considerações finais

Diante dos casos analisados, reconhecemos que as técnicas argumentativas da Nova Retórica atuam como um recurso importante na constituição do gênero anúncio publicitário. Aspecto que possibilita, em alguns casos, o uso de mais de uma técnica argumentativa na composição do gênero, atendendo a intencionalidade e aos objetivos do enunciador. Tais constatações confirmam nossa hipótese inicial na qual acreditamos que o emprego destas técnicas, em textos do gênero anúncio publicitário, destaca a participação direta do enunciador através de sua intencionalidade e objetivos na condução da argumentação.

#### Referências

- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BHATIA, Vijay K. **Analysis genre: language use in professional settings**. London and New York. Longman, 1993.
- KOCH, I. G. V. **Introdução à Lingüística Textual**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

LEVINSON, Stephen C. **Pragmática**. Tradução: Luís Carlos Borges e Aníbal Mari. São Paulo: Martins Fontes, 2007, p.65-119

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução: Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da Argumentação: A Nova Retórica**. Tradução: Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

REIBOUL, O. **Introdução à retórica**. Tradução: I. C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

SOUSA, M. M. **A organização textual-discursiva dos anúncios de turismo no Ceará**. 212 p. Tese (Doutorado em Lingüística). Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2005.

SOUZA, G. S. **O nordeste na mídia: um (des)encontro de sentidos**. (Doutorado em Linguística). Universidade Estadual Paulista, Araraquara. 2003.

Site Boticario em: < <http://www.hotsites.boticario.com.br/active>>. Acesso em: 26 ago. 2010.