

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

<https://doi.org/10.23925/2237-759X2024V55e68491>

ESTRATÉGIAS RETÓRICAS DE PERSUASÃO. O JOGO ENTRE REAL E IRREAL EM ALINHAR OS LEITORES: UM ENFOQUE SISTÊMICO-FUNCIONAL

RHETORICAL PERSUASION STRATEGIES. THE GAME BETWEEN REAL AND UNREAL IN ALIGNING READERS: A SYSTEMIC-FUNCTIONAL APPROACH

Fátima Aparecida Lopes de MOURA
(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP)
fatima0210@terra.com.br

Sumiko Nishitani IKEDA
(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP)
sumiko@uol.com.br

RESUMO: O objetivo deste artigo é o exame linguístico de como as posições avaliativas são conduzidas retoricamente para efetivar, no leitor, a reciprocidade de valores que se alinham com os de um editorial. Apoiando-se na teoria da Linguística Sistêmico-Funcional, da análise crítica da metáfora, da teoria da metáfora conceptual e de alguns recursos de persuasão a análise do texto “O Quinto Centenário” pretende responder quais são os recursos persuasivos usados para justificar o fracasso dos festejos dos 500 anos de descobrimento. A pesquisa mostra que as estratégias retóricas permitem ao editorial posições ideológicas que influenciam crenças, valores e práticas políticas.

PALAVRAS-CHAVE: Persuasão; metáfora; Linguística sistêmico-funcional.

ABSTRACT: *The objective of this article is the linguistic examination of how evaluative positions are conducted rhetorically to effect, in the reader, the reciprocity of values that align with those of an editorial. Relying on the theory of Systemic-Functional Linguistics, critical metaphor analysis, conceptual metaphor theory and some persuasive resources, the analysis of the text “O Quinto Centenário” aims to answer*

which persuasive resources used to justify the failure of the celebrations for the 500th anniversary of the discovery. The research shows that rhetorical strategies allow editorial to adopt ideological positions to influence beliefs, values and political practices.

KEYWORDS: Persuasion; metaphor; systemic-functional Linguistics.

Introdução

A mídia de massa, ao mesmo tempo em que se envolve em modos de disseminação, permanece também como uma fonte de notícias para o público leitor. Nesse papel, o construto não-neutro de pessoas e eventos na mídia é uma questão de considerável significado (Liu e Hood, 2019). O gerenciamento das posições ideológicas funciona tanto explicita quanto implicitamente, influenciando crenças, valores e práticas políticas das comunidades de leitores (Happer; Philo, 2016; Van Dijk, 1996).

Assim, não surpreende que o discurso da mídia forneça um número importante de pesquisas para estudiosos de várias disciplinas que compartilham preocupações em compreender a formação, a evolução social e as culturas políticas. Esta pesquisa contribui para o interesse linguisticamente focado em assuntos sobre retórica e persuasão em textos da mídia, com especial atenção ao editorial de jornal. A questão geral que permeia o estudo refere-se ao modo como as posições avaliativas são configuradas nesses textos e conduzidas retoricamente para efetivar, no leitor, a reciprocidade de valores que se alinham com aqueles do jornal.

Frequentemente esses estudos orientam para a produção de apelos comparativos baseados em perfis quantitativos. Uma abordagem *top-down* (de cima para baixo) é característica de estudos que focam a sanção da persuasão nos textos em foco como gêneros. A pesquisa na identificação de movimentos sequenciais tem favorecido uma perspectiva pragmática, uma confiança mais na leitura intuitiva do que na análise de configurações de escolhas linguísticas. Isso tem resultado em uma diversidade de achados descritivos (Ansary; Babaii, 2005; Bhatia, 1993; Bolívar, 1994; Fartousi, 2012), apresentando desafio para determinar a validade relativa de uma descrição sobre a outra.

Estudos por muitas décadas também investigaram os modos pelos quais a linguagem de textos de editoriais e artigos de opinião contribuem para formatar as percepções do público e influenciar alinhamentos políticos. Da perspectiva do discurso sobre editoriais, muitas orientações são evidentes. O que devemos caracterizar como

uma perspectiva *bottom-up*, informa um corpo de estudos que exploram escolhas discretas sintáticas, lexicogramaticais ou discursivas, interpretadas como contribuição para a função persuasiva nesses textos.

Almutairi (2014) contribui com um estudo pioneiro a esse respeito, explorando a construção logogenética de identidades e comunidades em textos de editorial. Mais pesquisas desse tipo são necessárias para explicar como tipos múltiplos de escolhas linguísticas interrelacionam no fluxo de significados nos textos para a produção da retórica persuasiva. Liu e Hood (2019) argumentam que o quadro permanece longe de completo, e que esses estudos precisam ser complementados com pesquisas mais profundas dos padrões de significado compostos dinamicamente na interação de diversas escolhas no fluxo de textos editoriais

Por outro lado, a posição padrão dos estudiosos da mídia considera o jornal como sendo um construto que deve ser entendido em termos sociais e semióticos. Nesse sentido, o ponto teórico principal da Linguística Crítica (Fowler, 1991) é de que *qualquer* aspecto da estrutura linguística carrega significação ideológica - seleção lexical, opção sintática, etc. – todos têm sua razão de ser. Há sempre modos diferentes de dizer a mesma coisa, e esses modos não são alternativas acidentais. Diferenças em expressão trazem distinções ideológicas, e assim diferenças de representação.

Nesse contexto, Kitis e Milapides (1997) sugerem que a análise não se pode restringir a unidades gramaticais como sentenças ou estruturas menores do texto. Ao mesmo tempo em que prestamos atenção às estruturas lexicais e gramaticais do texto, a análise considera essas estruturas dentro de um enquadre de uma metáfora que não só permeia e domina todo o artigo, mas também forma a espinha dorsal da sua estrutura argumentativa.

A metáfora tem, nessa tarefa, o apoio da metonímia, um processo cognitivo no qual uma entidade conceitual, a fonte, fornece acesso mental a outra entidade conceitual, o alvo, dentro do mesmo modelo cognitivo idealizado, graças à noção de *frame*, conjunto de informações aceitos culturalmente e que acompanham qualquer escolha lexical. O acesso do interlocutor a essas associações depende de sua experiência e de sua compreensão das normas sociais que determinam essas escolhas lexicais.

O que se salienta nessa análise multinivelada é a preponderância de certas suposições de natureza ideológica, que, embora não formem parte da estrutura formal do texto, são aspectos de interpretação sub-repticiamente insinuados no subtexto do texto. A consciência dessas questões é crucial para a realização de metas persuasivas na cobertura

de conflitos pela mídia de massa como se observará na análise de editoriais de diferentes jornais (Kitis e Milapides, 1997).

O editorial examinado nesta pesquisa trata do fracasso dos festejos do 500 anos do descobrimento do Brasil. Em uma pesquisa com alunos pós-graduandos, haviam sido coletados 10 textos sobre o assunto, 9 dos quais eram artigos de opinião e 1 apenas - um editorial, intitulado "O Quinto Centenário", publicado pelo jornal Folha de S.Paulo em 22/04/00. Os 9 artigos de opinião criticavam o governo, principalmente na pessoa do ministro do Turismo, pelo fracasso da pretensa homenagem, mas o editorial navegava contra essa maré de pessimismo, expressando seu posicionamento em direção oposta, ou seja, tentando mostrar aspectos positivos do fracasso dos festejos. Pergunta-se: como seria esse caminhar contra a voz corrente, desconstruindo a opinião pública já formada e sólida, esse nadar contra a maré de frustrações de uma nação, que lia, que via, que ouvia, todos os dias, que as comemorações dos 500 anos do descobrimento de sua terra tinham virado pó, e o que restara se desmanchava em atos de violência e destruição?

O objetivo deste artigo é o exame linguisticamente focado no modo como as posições avaliativas são configuradas e conduzidas retoricamente para efetivar, no leitor, a reciprocidade de valores que se alinham com os de um editorial. Para tanto, deve responder a seguinte pergunta: quais são os recursos persuasivos usados para justificar o fracasso dos festejos dos 500 anos de descobrimento e como essa justificativa é feita?

O presente estudo tem o apoio da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), uma proposta teórico-metodológica na análise e na interpretação da construção dinâmica de estratégias retóricas no editorial. A LSF envolve a noção de avaliatividade, bem como a noção de escolha, sugerindo que o que se escreve adquire significado contra um fundo em que se encontram as escolhas que poderiam ter sido feitas, mas que não o foram, fato importante na Linguística Crítica. A análise recorre ainda à análise crítica da metáfora, uma intersecção entre a análise crítica do discurso e a teoria da metáfora conceptual.

1. Apoio teórico

Apresentamos a seguir as teorias que apoiam a análise de "O Quinto Centenário": Linguística Sistêmico-Funcional (Halliday, 1994), avaliatividade (Martin, 2000, 2003), que envolve a análise dos sentimentos e julgamentos do produtor do texto. Ao lado dessa abordagem social da LSF, a análise recorre à contribuição da abordagem

cognitivista, enriquecendo-se com a noção de metáfora e sua relação com a metonímia (Taylor, 1995, p. 138; Charteris-Black, 2004; Velasco-Sacristán, 2010). As análises são feitas sobre o olhar crítico da Linguística Crítica (Fowler, 1991) e alguns recursos de persuasão, que finalizam esta parte teórica.

1.1 Linguística Sistêmico-Funcional

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) é uma proposta teórico-metodológica de Halliday (1994), Halliday e Matthiessen (2004) e seus colaboradores, "uma abordagem semântico-funcional da língua" (Eggins, 2004, p. 20), uma teoria que procura entender como as pessoas usam a língua em diferentes contextos sociais, para fazer sentido do mundo e de cada um. A LSF concebe a língua como a expressão de três metafunções (ou significados) concorrentes: ideacional, interpessoal e textual (Halliday; Matthiessen, 2004 [1994]; Martin, 2000).

A metafunção ideacional tem a função de representar padrões de experiência. O sistema gramatical pelo qual essa função é alcançada é o da transitividade. O sistema de transitividade constrói o mundo da experiência em um conjunto manipulável de tipos de processo. A transitividade é constituída pelos processos: material, mental, relacional, verbal, comportamental e existencial.

Em termos da metafunção interpessoal, a oração está organizada como um evento interativo, envolvendo produtor e receptor da mensagem, envolve relações sociais com respeito à função da oração no diálogo e focaliza a interação como uma troca de *bens e serviços* ou de *informação* (Halliday, 1994). Além disso inclui o sistema da modalidade, que envolve a modalização (probabilidade e frequência) e modulação (obrigação e deseabilidade).

A metafunção textual organiza os significados ideacionais e interpessoais de uma oração, trabalhando os significados advindos da ordem das palavras na oração para que a informação possa ser compartilhada pelo falante e seu interlocutor.

Importante para a LSF é a noção de escolhas. Assim, quando se faz uma escolha no sistema linguístico, o que se escreve ou o que se diz adquire significado contra um fundo em que se encontram as escolhas que poderiam ter sido feitas, mas que não o foram, fato importante na análise do discurso. Por outro lado, é imprescindível para a LSF, a consideração da interrelação entre língua e contexto.

1.1.1 Avaliatividade

A metafunção interpessoal inclui a noção de avaliatividade (tradução de *appraisal*), uma proposta de Martin (2000), que examina o léxico avaliativo que expressa a opinião do autor do texto sobre o parâmetro bom/mau. A avaliatividade envolve: atitude (que abrange afeto emocional, julgamento ético, apreciação estética e avaliação social). A atitude pode ser expressa sem engajamento do receptor (monoglossia) ou com engajamento (heteroglossia). Além disso, a atitude pode envolver força maior ou menor na expressão da avaliatividade.

Quando a avaliação está explicitamente realizada, é fácil a análise da atitude em positiva ou negativa em relação a algum evento: (a) *Felizmente/Infelizmente*, o Brasil desafiou os EUA na ALCA. Mas o que fazer em casos onde a avaliação não está inscrita explicitamente, como em: (b) O Brasil desafiou os EUA na ALCA. Esse fato levou Martin a postular uma distinção importante entre avaliatividade inscrita (explícita) e evocada (implícita). Nesse contexto, Martin denomina de *token* de atitude, a avaliatividade – se positiva ou negativa – que depende de contexto.

1.2 Análise do Discurso Crítica (ADC)

A análise do discurso crítica (ADC) é uma abordagem interdisciplinar que enfatiza o papel da língua como uma forma de prática social (Hodge; Kress, 1993; Fairclough, 1997). Um dos principais princípios da ACD é de que a língua exerce um papel na expressão não só de uma mensagem proposicional, mas, mais importante, uma mensagem ideológica. Como afirma Van Dijk (1991, p. 42), “o poder tem mais uma natureza discursiva nas modernas sociedades democráticas”, especialmente na seleção dos eventos mais propícios para serem cobertos pela mídia.

O papel da mídia envolve a recontextualização e a recriação de conhecimento especializado em conhecimento do “dia a dia” para uma audiência “leiga” (Calsamiglia; Van Dijk, 2004, p. 370). O alcance dessa consciência de mensagem ideológica do discurso requer o exame de traços linguísticos específicos em relação ao contexto discursivo e social. Aplicações recentes da ADC ao estudo da mídia (Koller, 2005; Musolff, 2003; Williams, 2009) justificam a urgência em analisar criticamente e desconstruir esses discursos ideológicos que muitoativamente legitimam ou mistificam poder, desigualdade, dominação, exploração e violência.

Sabe-se que a linguística, segundo a ortodoxia predominante, é uma disciplina *descritiva*, que não prescreve o uso da língua nem avalia

negativamente a substância de seus questionamentos. Mas, para Fowler (1991), na medida em que há, sempre, valores implicados no uso da língua, deve ser justificável praticar um tipo de linguística direcionada para a compreensão de tais valores. Esse é o ramo que se tornou conhecido como “linguística crítica”, que tem na Linguística Sistêmico-Funcional o seu ponto de apoio.

1.3 Teoria da metáfora conceptual

A metáfora conceptual é um dos vários recursos que unem o vazio entre o sinal linguístico manifesto e o abstracionismo dos construtos ideológicos e culturais. Nessa tarefa, a metáfora tem o apoio da metonímia, um processo cognitivo no qual uma entidade conceitual, a fonte, fornece acesso mental a outra entidade conceitual, o alvo, dentro do mesmo modelo cognitivo idealizado, graças à noção de *frame*, conjunto de informações aceitos culturalmente e que acompanham qualquer escolha lexical.

Por seu lado, Velasco-Sacristán (2010), em uma abordagem cognitivo-semântica, as metáforas conceituais seriam casos especiais da interação conceitual entre metáfora e metonímia. Prova-se, continua a autora, a existência de padrões metonímicos subjacentes à metáfora, corroborando a visão de Taylor (1995: 138), “de que todas as metáforas conceituais precisam necessariamente de metonimizações subjacentes”. Essa visão também apoia as ideias de Dirven (1993), Croft (1993), Barcelona (2000 a,b), Radden (2000), Ruiz de Mendoza Ibáñez (2000) e Geeraerts (2003) sobre a existência de um *continuum* metonímia-metáfora.

O referido *continuum* seria constituído da seguinte forma: na linguística cognitiva, a metonímia é considerada como sendo “um processo cognitivo que evoca um *frame*” (Panther; Radden, 1999, p. 9). Dessa perspectiva, “uma metonímia consiste de uma estrutura/conceito *fonte*, que por meio de uma pista no modo comunicativo (língua, imagens, música, som, gesto, etc.) permite ao endereçado da metonímia inferir – com base em seu *frame* – a estrutura/conceito *alvo*” (Forceville, 2009, p. 58). O “endereçado” faz a inferência por meio de pistas visuais com base no seu conhecimento cultural, bem como no contexto imediato de comunicação.

A metonímia é, então, considerada como precedente à metáfora conceitual. Assim, nos exemplos negritados a seguir, de Lakoff e Johnson (1980), ou nas “expressões metafóricas” de Charteris-Black (2004), que hoje seriam as “expressões metonímicas” é possível ter

uma ideia do que significa um conceito ser metafórico e por tal conceito estruturarmos nossa atividade diária, Lakoff e Johnson exemplificam com o conceito ARGUMENTO e a metáfora conceitual ARGUMENTO É GUERRA:

Suas reivindicações são *indefensáveis*. - Ele *atacou* todos os pontos fracos do meu argumento. - Suas críticas foram *diretas no alvo*. - Eu *demoli* seu argumento. - Nunca *venci* uma discussão com ele. - Você discorda? Ok, *atire!* - Se você usar essa *estratégia*, ele vai *acabar* com você. - Ele *derrubou* todos os meus argumentos.

Velasco-Sacristán (2010) ilustra essa dependência por meio da publicidade de lingerie feminina, enunciada por uma bela jovem, com referência à metáfora A LINGERIE É UMA MULHER, conforme mostrada no Quadro 1. O objetivo da publicidade, segundo Thompson e Thetela (1995), é esperar que, em algum nível de compreensão, a compradora acredite que, usando a lingerie, tornar-se-ia sedutora como a jovem apresentada, daí a noção de contiguidade atribuída à metonímia desde as definições tradicionais.

Segundo a autora, a metáfora A LINGERIE É UMA MULHER pressupõe MULHER, reduzida a seus traços estereotipados (sedutora, atraente, excitante) que é entendida metonimicamente como um *objeto sexual*.

Quadro 1 - Metonímia na base da metáfora

A LINGERIE É UMA MULHER fonte	alvo	← METÁFORA
↑ MULHER = sedutora, atraente, excitante		← METONÍMIA

Fonte: Velasco-Sacristán (2010)

Nessa etapa, o conceito *fonte* ("lingerie") permite à endereçada da metonímia inferir – com base em seu *frame* – o conceito *alvo*, (ser mulher sedutora), como mostra o Quadro 1. A metáfora resultante A LINGERIE ANUNCIADA É UMA MULHER pode ser traduzida pela seguinte situação: a cliente compra a lingerie, convencida de que leva a mulher, ou em outros termos, será sexy como a mulher.

1.4 Persuasão

Koch e Elias (2018b, p. 13), explicam que linguagem é interação e seu uso revela relações que desejamos estabelecer, é regida pela intenção, que é determinada pelo sentido do enunciado, e é essencialmente argumentativa (Ducrot, 1988) e seu uso também é fundamentalmente argumentativo por meio dos gêneros discursivos que

apresentam marcas linguístico-discursivas imprimindo a orientação argumentativa apontada pelo locutor (Espíndola, 2005).

Por seu lado, Latour e Woolgar (1979, p. 240) afirmam que “o resultado de uma persuasão retórica é que os participantes devem ser convencidos de que não foram convencidos”. Portanto, a persuasão tende a ser implícita e a evitar a linguagem atitudinal normalmente associada ao significado interpessoal, dependendo, majoritariamente, do sistema de valores partilhados (Halliday, 1985). Esse tipo de persuasão, que acontece cumulativamente conforme o texto se desenrola pode ser extremamente eficaz em certos contextos. A seguir, serão apresentados alguns recursos da retórica persuasiva:

(a) *Mundo textual* - Downing (2003) refere-se à teoria de “mundo textual” uma importante implicação de que as escolhas linguísticas dão lugar a diferentes significados, pois a escolha linguística também determina interpretações diferentes da realidade, criando diferentes visões de mundo. Assim, em Werth (1999), o discurso, em linhas gerais, é um esforço deliberado e conjunto por parte do produtor e do receptor para criar um “mundo” dentro do qual as proposições apresentadas são coerentes e fazem sentido:

(b) *Crypto-argumentação* - Kitis e Milapides (1997) falam em crypto-argumentação – ou argumentação secreta – aquela que subjaz a um texto narrativo e descritivo, através de recursos utilizados para implicitamente persuadir o leitor. Além disso, a persuasão envolve: (a) a convicção (através evidências) e (b) a sedução (através do apelo à emoção). A convicção envolve a listagem de uma série de passos argumentativos, para que o leitor os aceite (Van Dijk, 1988) num processo cognitivo. Porém, a persuasão pode se apropriar da participação cognitiva do leitor no processo de aceitação da perspectiva do autor. Nesses casos, podemos falar de sedução em vez de convicção.

(c) *Legitimização* - No enquadre interdisciplinar ancorado na Análise do Discurso Crítica (ADC) e usando os instrumentos da LSF, Reyes (2011) trata de um uso importante da linguagem na sociedade: o processo de legitimização.. Em teoria e origem, “legitimização” (doravante, LEG) significa tornar algo legal ou legalizado. Argumentos de diferentes naturezas podem ser apresentados na procura da LEG, desde a informação objetiva, como a evidência científica para construir a verdade (Mccann-Mortimer et al, 2004), até experiências pessoais para legitimizar generalizações culturais (Tusting et al, 2002).

(d) *Nominalização* - Eggins (1994), com referência à nominalização (verbo e adjetivo transformado as em substantivo abstrato), refere-se aos seguintes efeitos textuais, que, no discurso, pode contribuir para implicitar certas intenções do escritor:

- (i) a nominalização proporciona abstração teórica e, assim, o distanciamento do escritor em relação ao leitor, com vistas a se posicionar como especialista do assunto e, desse modo, poder tomar as rédeas na argumentação corrente;
 - (ii) aumenta o nível de complexidade gramatical (condensa orações);
 - (iii) (ii) e (iii) tornam o texto complexo, fato que coloca o autor numa posição de *expert* e relega o leitor a uma posição de leigo;
 - (iv) graças à nominalização, o substantivo agora pode ocupar o lugar de Tema da oração, orientando a interpretação do leitor (Figueiredo, 2006);
 - (v) como Tema, contribui para organizar retoricamente o texto, não em torno de participantes, mas em torno de ideais, razões e causas.
- (e) *Textura* - Reynolds (2000), examinando um conjunto de editoriais dos jornais londrinos, acerca das eleições gerais britânicas de 1997, descreve como a textura do conjunto pode ser explicada em termos de apenas três modos de textura representacional – *narrativa*, *descrição* e *argumento* – e mostra como o *argumento* predomina no gênero editorial. Em termos do modo textual, o editorial é predominantemente um modo argumentativo fundido com a narrativa e a descrição. A razão para tal fusão deriva da necessidade de apoiar o argumento com evidência, isso porque a natureza da verdade das afirmações expressas no discurso deve passar pelo seguinte teste: a verdade é verificável literalmente ou não? Se a resposta é “sim”, então é narrativa ou descrição; se “não”, é um argumento.

Finalizo aqui a apresentação das teorias que apoiam as análises das propagandas sociais e apresento no Quadro 2 o Resumo das teorias:

Quadro 2 – Resumo das teorias

Linguística Sistêmico-Funcional
Modalidade
Avaliatividade
Análise do Discurso Crítica
Metáfora e Metonímia
Persuasão

Fonte: Elaborado pelas autoras

2. Metodologia

A pesquisa tem o apoio da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) – uma proposta teórico-metodológica, multiperspectiva, designado a dar aos analistas lentes complementares para a interpretação da língua em uso. A LSF abriga em seu bojo a noção de avaliatividade, o léxico

avaliativo que expressa a opinião do falante (ou do escritor) sobre o parâmetro bom/mau. A análise conta também com o apoio da relação metáfora/metonímia além de recursos da persuasão.

2.1 Corpus

Esta pesquisa analisa o editorial “O Quinto Centenário”, publicado no jornal Folha de S.Paulo, em 22/04/00. Desejávamos saber o modo como o editorialista justificaria o fracasso dos festejos dos 500 anos do descobrimento do Brasil, em um contexto de exacerbadas críticas ao governo e ao ministro do Turismo pelo fato.

O editorial tem uma função simbólica importante, parecendo partilhar da “opinião” do jornal, ao sustentar implicitamente a asserção de que as demais seções, por contraste, sejam puros “fatos” ou “reportagens” (Fowler, 1991). O simbolismo textual é salientado por uma disposição e uma tipografia, sendo o editorial geralmente impresso na mesma posição e na mesma página todos os dias.

No caso deste jornal, o editorial ocupa sempre a primeira coluna da segunda página, ao lado de outros textos (que chamamos artigos de opinião), assinados, o que faz subentender que a opinião contida no editorial seja independente dos demais e que por *default* seja a do jornal. O editorial difere no seu estilo ou estratégias textuais - o que é parte do *point* – sugere uma ‘voz’ característica para um determinado jornal.

Folha de S. Paulo - Em 1º de janeiro de 1960, surge o jornal Folha de S.Paulo, criado em oposição ao principal jornal da cidade, O Estado de S. Paulo, que representava as elites rurais e assumia uma posição mais conservadora, tradicional e rígida. O Grupo Folha é um dos principais conglomerados de mídia do país. Controla o jornal Folha de S.Paulo, seu site noticioso (folha.com.br), o Datafolha, um dos institutos de pesquisa mais respeitados do país.

2.2 Procedimentos de análise

Este artigo deve responder quais são os recursos persuasivos usados para justificar o fracasso dos festejos dos 500 anos de descobrimento e como essa justificativa é feita? Para tanto, seguiremos o seguinte procedimento.

- (a) cada parágrafo do editorial “O Quinto Centenário” será enumerado;
- (b) as escolhas léxico-gramaticais, tendo em vista a persuasão do leitor, serão analisadas segundo a Linguística Sistêmico-Funcional, indicada entre colchetes;

- (c) no caso da avaliatividade, colocaremos o(s) termo(s) em negrito e indicaremos: (+) ou (-) se a avaliatividade for positiva ou negativa, respectivamente e (↑) ou (↓) se a avaliatividade for intensificada ou diminuída;
- (d) a seguir, no item *Discussão*, serão comentados os efeitos dos recursos persuasivos verificados no parágrafo;
- (e) finalizando a *Discussão*, indicaremos em *italico* a metonímia resultante.

3. Análise e discussão

O Quinto Centenário

Editorial FSP 22/4/00

(1) Há 500 anos, a nau capitânia do navegador português Pedro Álvares Cabral aportava na região da atual cidade de Porto Seguro, Bahia. **Decerto** tratou-se do início de uma história relevante, a história do Brasil branco, porque existe uma outra para ser contada a respeito dos vários povos indígenas que aqui habitavam desde remotos tempos.

Discussão: O editorial inicia-se com uma narrativa conhecida e aceita, no caso, pelo leitor brasileiro, fato que, segundo Fowler (1991), promove a sua confiança nas informações que virão a seguir. Mas logo o editorial assume o controle da situação com “decerto” [modalização de probabilidade]. O editorial afirma que, além da história do branco, há uma outra, a dos indígenas. Ocorre que as duas histórias são diferentes, na medida em que a dos indígenas não existe na versão escrita. Mas se o editorial prepara terreno para afirmar que na história dos indígenas “não houve descobrimento”, pois eles já habitavam essas terras, a afirmação falsa pode iniciar, nesse sentido, a persuasão do leitor. Trata-se do que Reyes (2011) chama de persuasão por meio de legitimização pela voz de *expert*, no caso, o editorialista.

Metonímia: *Não há história dos indígenas comparável à dos brancos.*

(2) Na época, estavam os portugueses **muito mais interessados** nos lucros do comércio ultramarino de especiarias. Dominavam uma rota alternativa de comércio, contornando o Cabo da Boa Esperança (extremo sul da África) para chegar ao Oriente. Não foi **à toa** que a expedição de Cabral permaneceu nas terras brasileiras apenas alguns dias, para tomar posse efetiva de uma porção de terras que, pelo **Tratado de Tordesilhas**, pertencia aos portugueses. Foi apenas uma parada em uma viagem que tinha como destino Calicute, na Índia.

Discussão: Após esclarecer que os portugueses estavam “muito mais interessados” [julgamento (+) ↑] no comércio ultramarino, o editorial, em um processo de persuasão implícita, relaciona vários lugares – todos bem distantes do Brasil [apreciação (+) ↑], em que estariam eles interessados. Não foi “à toa” e “apenas” também concorrem para mostrar o entendimento contrário à tese do descobrimento. Inicia-se a criação do “mundo textual” dentro do qual as proposições apresentadas são coerentes e fazem sentido. (Downing, 2003). Por outro lado, a argumentação aqui corre por conta da soma de narração e descrição, o que, segundo Reynolds (2000), deriva da necessidade de apoiar o argumento com evidência. Isso porque a natureza da verdade das afirmações expressas no discurso deve passar pelo seguinte teste: a verdade é verificável literalmente ou não? Se a resposta é “sim”, então é narrativa ou descrição; se “não”, é um argumento. Nesse contexto, o editorial finaliza o parágrafo com o recurso persuasivo da ironia, mencionando o Tratado de Tordesilhas.

Metonímia: *Brasil já pertencia aos portugueses.*

(3) A **exploração** efetiva das terras brasileiras só começaria décadas depois, com o **aproveitamento** do fértil solo, especialmente da zona da mata nordestina, para a **plantação** da cana e a produção do açúcar destinado ao **abastecimento** do mercado europeu. Mas não é preciso cobrar rigor historiográfico das **comemorações** que ocorrem na data de hoje sobre os 500 anos da **chegada** da frota do navegador português. Como a maioria das festas cívicas do gênero, ela fala muito mais do presente que do passado. E é esse presente histórico, o Brasil de 22 de abril do ano 2000, que é particularmente interessante.

Discussão: Notemos que do tom cordial, de contador de histórias, o editorial passa adotar uma expressão mais distante do leitor. Concomitantemente, vê-se surgirem várias nominalizações, verbo ou adjetivo transformadas em nome (sublinhadas). A explicação para essa situação vem de Eggins (1994). Segundo a autora, a nominalização proporciona abstração teórica e, assim, o distanciamento do escritor em relação ao leitor, com vistas a se posicionar como especialista do assunto e, desse modo, poder tomar as rédeas na argumentação corrente.

Metonímia: *Desinteresse, na época, de Portugal pelo Brasil.*

(4) **Imagine** [processo mental] -se o que seria uma comemoração dessas no regime militar ou no Estado Novo de Getúlio Vargas. Paradas nas ruas, garotos uniformizados cantando o “hino do Descobrimento”, livros editados para louvar a beleza e as riquezas do Brasil. Enfim, uma

sombria demonstração de força do governo de plantão, de tipo parecido com o que praticavam os regimes soviéticos ou com o que ocorre na China.

Discussão: O parágrafo inicia-se com um processo mental “imagine”, o que significa que todo o conteúdo após esse processo não tem existência real, situação que permite ao editorial incluir até um desconhecido “hino do Descobrimento”. Mas este recurso persuasivo é extremamente produtivo, pois pode trazer para o contexto argumentativo reminiscências que se encaixam perfeitamente nas intenções do editorial: a certeza de que comemorações reconstroem dolorosas ocorrências presentes no *frame* dos leitores.

Metonímia: *Comemorações trazem também dolorosas lembranças.*
(5) Em oposição a isso, o próprio aspecto de **precária organização**, com as devidas exceções, e mesmo de **pouca importância dedicada pelo governo** aos festeiros - comandados por um **inexpressivo ministro do Turismo** - não deixa de ter seu **ponto positivo**. Os governantes parecem estar menos interessados em fazer valer pela força ou pela máquina de propaganda oficial a sua versão da história. A esse respeito, há um visível **amadurecimento** no comportamento dos mandatários, que **deve** ser creditado quase exclusivamente ao fato de se ter hoje uma **democracia** razoavelmente estabelecida neste país.

Discussão: Em oposição a “isso”, quer dizer em oposição às afirmações do parágrafo anterior, ou seja, situações meramente imaginadas, mas que permite ao editorial atribuir avaliatividade de [julgamento (+)] ao “governo” e ao “ministro do Turismo” e de [avaliação social (+)] à “precária organização” e ao “ponto positivo”. O editorial termina o parágrafo com “deve” [modulação de obrigação], em “deve ser creditado ao fato de se ter uma democracia”, graças ao visível “amadurecimento” [julgamento (-) token], no comportamento dos mandatários.

Metonímia: *Assim, os responsáveis pelo fracasso merecem respeito.*

(6) Também a democracia permite que estejam em Porto Seguro representantes de forças sociais que **contestam** vivamente a **versão oficial para os 500 anos**. Afinal, o que deveriam **comemorar** os descendentes dos povos **indígenas**, que foram sendo destruídos enquanto avançava a colonização? Por que engrossariam o coro oficial também os negros, cujos antepassados foram escravizados ao longo de 300 anos? Em nome de que festejariam os despossuídos?

Discussão: Este parágrafo recupera a menção feita no primeiro sobre a “história dos indígenas”, garantindo assim a coerência do discurso

persuasivo que vem sendo construído. Após tudo o que já foi dito, nada mais natural do que aceitar que em nome da democracia se conteste [processo verbal] a versão oficial dos 500 anos. E para estar de acordo com os dias presentes e com os leitores, incluíram-se o “negro” e a escravidão.

Metonímia: *Em nome da democracia devemos contestar a versão oficial do descobrimento.*

(7) Essas organizações estão em Porto Seguro colocando uma **pitada de pimenta** [apreciação (+)] nos festejos e é **absolutamente lícito** [avaliação social (+)] que possam dar o seu recado **sem constrangimento** [avaliação social (+)], desde que, como também é fundamental na **cultura democrática**, [avaliação social (+)], não se apele para a violência sob nenhum pretexto.

Discussão: O editorial recorre a uma conhecida expressão popular “pitada de pimenta”, que aqui não só diminui o tom crítico que vem sendo adotado, mas também permite mencionar a legalidade da atividade das organizações reunidas em Porto Seguro contra a versão oficial do descobrimento. A “pitada de pimenta” seria um exemplar da persuasão por sedução (Kitis; Milapides, 1997) do leitor, em um contexto de hostilidades praticadas pelas organizações em Porto Seguro.

Metonímia: *A cultura democrática justifica opiniões adversas.*

(8) Os eventos de Seattle e de Washington, nos Estados Unidos, vão demonstrando que às vezes as discussões **mais importantes** [apreciação (+)↑] e mais pertinentes sobre temas de interesse público têm lugar **fora da agenda oficial** [avaliação social (+)] dos grandes encontros. Ocorreu algo parecido na conferência sobre o meio ambiente, em 1992, no Rio de Janeiro, com seu fórum paralelo. Agora um acontecimento semelhante, embora numa escala menor, dá-se na Bahia. O **dissenso** [apreciação (+)] quando praticado dentro do que requer a democracia, sem violência, é sempre saudável para fazer com que os governantes ouçam mais a voz das ruas.

Discussão: No parágrafo final, o editorial, citando exemplos ocorridos em Seattle e Washington - persuasão via legitimização por voz de *expert* (o americano) - abrange a responsabilidade das autoridades pelo fracasso dos festejos dos 500 anos. Para tanto, traz para o contexto argumentativo a voz do povo que, na Bahia, contesta a versão oficial para os 500 anos, e assim concluir que, por vezes, discussões de interesse público acontecem fora da agenda oficial.

Metonímia: *Governantes devem ouvir a voz do povo.*

As análises dos oito parágrafos do editorial “O Quinto Centenário”, fizeram resultar as seguintes metonímias:

- (1) Não há história dos indígenas comparável à dos brancos.
- (2) Brasil já pertencia aos portugueses.
- (3) Desinteresse inicial de Portugal pelo Brasil.
- (4) Comemorações trazem também dolorosas lembranças.
- (5) Os responsáveis pelo fracasso merecem respeito.
- (6) Em nome da democracia devemos contestar a versão oficial do descobrimento.
- (7) A cultura democrática justifica opiniões adversas.
- (8) Governantes devem ouvir a voz do povo.

De acordo com a orientação de Lakoff e Johnson (1980), Charteris Black (2004), Velasco-Sacristán (2010) ou Li (2010), as metonímias de 1 a 8 farão resultar a metáfora:

Metáfora: INEXISTÊNCIA DE DESCOBRIMENTO JUSTIFICA O FRACASSO DOS FESTEJOS.

Esta é a real mensagem do editorial. Para a difícil tarefa de convencer o leitor de que não houve “descobrimento”, em contexto de difícil persuassão nesse sentido o editorial lança mão de escolhas léxico-gramaticais apoiadas em recursos retóricos de convencimento e de sedução, que tentam transformar o falso em verdadeiro em situações que as posições avaliativas são conduzidas retoricamente para efetivar, no leitor, a reciprocidade de valores que se alinham com os de um editorial.

4. Considerações finais

Este artigo pretende responder quais são os recursos persuasivos usados para justificar o fracasso dos festejos dos 500 anos de descobrimento e como essa justificativa é feita. O editorial tem como missão justificar o fracasso dos festejos dos 500 anos do descobrimento do Brasil. Com essa meta, adota dois recursos: o primeiro tem a finalidade de provar a inexistência do “descobrimento”, para tanto, sugere uma história inexistente – a dos indígenas – que evidentemente não mencionaria a “descoberta”; a seguir, para persuadir o leitor sobre o desinteresse português pelas terras brasileiras, faz referência a vários lugares, todos muito distantes e em direção do Oriente, aos quais se dirigiam os portugueses. Finaliza ironicamente e sem comentários com o Tratado de Tordesilhas.

Nota-se que o editorial, para mostrar autoridade em sua argumentação, lança mão da legitimização por voz de *expert* (no caso, o editorialista), utilizando-se de nominalizações que proporcionam

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

abstração teórica e, assim, o distanciamento do escritor em relação ao leitor, com vistas a se posicionar como especialista do assunto e tomar as rédeas na argumentação corrente (Eggins, 1994).

O segundo recurso refere-se à minimização da importância de comemorações, ou mesmo, do perigo que elas podem representar. Inicia-se com um processo mental “imagine”, o que significa colocar em um “mundo textual” (Downing, 2003), mundo dentro do qual as proposições apresentadas tornam-se coerentes e fazem sentido, até mesmo um “hino do descobrimento”. E esse mundo é preenchido por lembranças sombrias de comemorações como as do regime militar ou do Estado Novo de Getúlio Vargas com a finalidade de persuadir o leitor sobre o lado fúnebre de uma comemoração.

Com esses dois recursos, avança-se em direção da justificativa do fracasso dos festejos dos 500 anos. Nesse contexto, os responsáveis pelo fracasso, o governo e o ministro do Turismo demonstraram, segundo o editorial, um visível amadurecimento no seu comportamento, que deve ser creditado quase exclusivamente ao fato de se ter hoje uma democracia razoavelmente estabelecida neste país.

E é a democracia que permite às forças sociais contestarem contra a versão oficial para os 500 anos. E, na medida em que as discussões mais significativas para o País, têm lugar fora da agenda oficial, os governantes deveriam dar crédito à voz do povo.

Referências bibliográficas

ALMUTAIRI, B. Visualizing Evaluative Language in Relation to Constructing Identity in English Editorials and Op-Eds. *Department of Linguistics*, University of Sydney, 2014.

ANSARY, H.; BABAII, E. The generic integrity of newspaper editorials: A systemic functional perspective. *Relc Journal*, v. 36, n. 3, p. 271-295, 2005.

BARCELONA, A. Introduction. The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy. In: BARCELONA, A. (org.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, p.1-28, 2000a.

BARCELONA, A. On the Plausibility of Claiming a Metonymic Motivation for Conceptual Metaphor. In: BARCELONA, A. (org.) *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2000b. p. 31-58, 2000b.

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

BHATIA, V. K. *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London: Longman, 1993.

BOLIVAR, A. 'The Structure of Newspaper Editorials', in R.M. Coulthard (ed.), *Advances in Written Text Analysis*. London: Routledge, 1994.

CALSAMIGLIA, H.; VAN DIJK, T. A. Popularization discourse and knowledge about the genome. *Discourse & society*, v. 15, n. 4, p. 369-389, 2004.

CHARTERIS-BLACK, J. *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. New York: Palgrave Macmillan, 2004.

CROFT, W. The role of domains in the interpretation of metaphors and metonymies. *Cognitive linguistics*, v. 4, p. 335-370, 1993.

DIRVEN, R. Metonymy and metaphor: different mental strategies of conceptualisation. *Leuvense bijdragen*, v. 82, p. 1-28, 1993.

DOWNING, L. H. Text world creation in advertising discourse. *De Lingüística Aplicada a la Comunicación*, v. 13, p. 22-44, 2003.

DUCROT, O. Topoï et formes topiques. *Bulletin d'études de linguistique française*, v. 22, n. 1, p. 1-14, 1988.

EGGINS, S. *An introduction to systemic functional linguistics*. London New York, NY, USA: Pinter Publishers, 1994.

EGGINS, S. *An introduction to systemic functional grammar*. Londres: Printer Publishers Continuum, 2004.

ESPÍNDOLA, L. Retórica e Argumentação. In: SILVA, J. M. S.; ESPÍNDOLA, L. (Orgs.) *Argumentação na língua: da prossuposição aos Topoi*. João Pessoa: Editora Universitária, UFPB, 2005.

FAIRCLOUGH, N. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, p. 77-104, 1997.

FARTOUSI, H. A rhetorical analysis of a daily editorial: Wishing Iraq well. *Advances in Asian Social Science*, v. 1, n. 2, p. 197-204, 2012.

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

FIGUEREDO, G. P. The flow of information in "Brian Aldiss Supertoys Last All Summer Long" and its translation into Brazilian Portuguese. In *Semantic Scholar*, 2006.

FORCEVILLE, C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research., In: FORCEVILLE, C.; URISO-APARISI, E. (ed.). *Multimodal Metaphor*, Berlin: De Gruyter, p. 58, 2009.

FOWLER, R. *Language in the news*. Londres: Routledge, 1991.

GEERAERTS, D. The interaction of metaphor and metonymy in composite expressions. In: DIRVEN, R.; PÖRINGS, R. (ed.). *Metaphor and metonymy in comparison and contrast*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003.

HALLIDAY, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold, 1985.

HALLIDAY, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold, 2 Ed., 1994. [1985].

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. M. I.M. *Introducing functional grammar*. New York: Edward Arnold, 2004 [1994].

HARPER, C.; PHILO, G. New Approaches to Understanding the Role of the News Media in The formation of Public Attitudes and Behaviors on Climate Change. *European Journal of Communication*, v.31, p.136-151, 2016.

KITIS, E.; MILAPIDES, M. Read it and believe it: How metaphor constructs ideology in news discourse. A case study. *Journal of pragmatics*, v. 28, n. 5, p. 557-590, 1997.

KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. *A interação pela linguagem*. 11.ed. São Paulo: Contexto, 2018b.

KOLLER, V. Critical Discourse Analysis and Social Cognition: Evidence from Business Media Discourse. *Discourse and Society*, v. 16, 199-224, 2005.

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

HODGE, B. R.I.V.; KRESS, G. R. *Language as ideology*. 1993.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LATOUR, B.; WOOLGAR, S. *Laboratory life: The social construction of scientific facts*. Beverly Hills: Sage Publications, p. 240, 1979.

LI, J. Transitivity and lexical cohesion: press representations of a political disaster and its actors. *Journal of Pragmatics*, v.42, n.12, p. 3444-3458, 2010.

LIU, F.; HOOD, S. Rhetorical strategies of political persuasion: The play of irrealis and realis meaning in re/aligning readers in newspaper editorials. *Text & Talk*, v.39, n.5, p. 589–611, 2019.

MARTIN, J. R. Beyond exchange: Appraisal Systems in English. In: HUNSTON, S.; THOMPSON, G. (org.). *Evaluation in text: authorial stance and the construction of discourse*. Oxford: University Press, 2000.

MARTIN, J. R. Introduction. In: MACKEN-HORARIK, M.; MARTIN, J.R.(org.). *Text and Talk*, v.23, n.2, p. 171-181, 2003.

McCANN-MORTIMER, P.; AUGUSTINOS, M.; LECOUTEUR, A. Race and the Human Genome Project: Constructions of Scientific Legitimacy. *Discourse & Society*, v. 15, n.4 p. 409-432, 2004.

MUSOLFF, A. *Metaphor scenarios in political discourse in Britain and Germany*. na, 2003.

PANTHER, K.; RADDEN, G. *Metonymy in language and thought*. Amsterdam: John Benjamins, 1999.

RADDEN, G. How metonymic are metaphors? In: BARCELONA, A. (ed.). *Metaphor and metonymy at the crossroads*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000.

REYES, A. Strategies of legitimization in political discourse: from words to actions. *Discourse & Society*, v. 22, n.6, p. 781-807, 2011.

MOURA, Fátima Aparecida Lopes; IKEDA, Sumiko Nishitani. Estratégias retóricas de persuasão. O jogo entre real e irreal em alinhar os leitores – um enfoque sistêmico-funcional. *Revista Intercâmbio*, v.LV, e68491, 2024. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

REYNOLDS, M. The blending of narrative and argument in the generic texture of newspaper editorials. *International Journal of Applied Linguistics*, v.10, n.1, p. 25-40, 2000.

RUIZ DE MENDOZA IBÁÑEZ, F. J. The role of mappings and domains in understanding metonymy. In: BARCELONA, A. (ed.). *Metaphor and metonymy at the crossroads*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000.

TAYLOR, J. R. *Linguistic Categorization: Prototypes in Linguistic Theory*. Oxford: Clarendon Press, p.138, 1995 [1989].

THOMPSON, G.; THETELA, P. The sound of one hand clapping: The management of interaction in written discourse. *Text & Talk*, v. 15, p. 103-127, 1995.

TUSTING, K. et al. I know, 'cos I was there: how residence abroad students use personal experience to legitimate cultural generalizations. In: *Discourse & Society*, v. 13, n.5, p. 651-672, 2002.

VAN DIJK, T. *News as Discourse*. Hillsdale Lawrence Erlbaum, 1988.

VAN DIJK, T. *Stories and racism*. Amsterdã, p. 42, 1991.

VAN DIJK, T. Power and the news media. In L. Paetz David (ed.), *Political communication in action: States, institutions, movements, audiences*, 9–36. Cresskill, N.J.: Hampton Press, 1996.

VELASCO-SACRISTÁN, M. Metonymic grounding of ideological metaphor: evidence from advertising gender metaphor. *Journal of Pragmatics*, v.42, p.64-96, 2010.

Werth, P. *Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse*. Longman, 1999.

WILLIAMS, R. *Marxism and Literature*. Oxford, New York: Oxford University Press, 2009.

Recebido em: 29/09/2024
Aprovado em: 24/02/2025



Esta obra está licenciado com uma Licença [Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](#) que permite o uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que a obra original seja devidamente citada