

O papel da construção de contexto na persuasão: um enfoque sistêmico-funcional

DOI: <http://dx.doi.org/10.21165/el.v52i1.3475>

Sumiko Nishitani Ikeda¹
Adriana Baldas Kutz Bertelli²

Resumo

Um texto é tanto o produto quanto o gerador de contexto social. Muitos dos contextos sociais nos quais o ser humano passa o tempo são feitos unicamente pela língua. O presente estudo apresenta um exame crítico da persuasão decorrente dessa relação entre língua e contexto, em um artigo de opinião. Central para esta pesquisa é a implicação de que a língua é um “modo de ação” e não simplesmente uma “confirmação do pensamento”. A notícia é, assim, uma mercadoria simbólica na atividade de provedor de formas de consciência. O discurso da mídia é testemunho da crença de que notícias e outras formas desse discurso têm consequências. Esta pesquisa tem o apoio da proposta teórico-metodológica da Linguística Sistêmico-Funcional por meio da vertente da avaliatividade. O exame mostra que a construção adequada de contexto, com o apoio das noções de ironia e de *frame*, tem ação persuasiva, funcionando como um provedor de consciência.

Palavras-chave: contexto; avaliatividade; ironia e *frame*; Linguística Crítica.

1 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), São Paulo, São Paulo, Brasil; sumiko@uol.com.br; <https://orcid.org/0000-0002-5812-5098>

2 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), São Paulo, São Paulo, Brasil; adribaldas@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-6779-1618>

The role of context construction in persuasion: a systemic-functional approach

Abstract

A text is both the product and the generator of social context. Many of the social contexts in which human beings spend time are made by language. The present study presents a critical examination of persuasion arising from the relationship between language and context, in an opinion article. Central to this research is the implication that language is a “mode of action” and not simply a “confirmation of thought”. The research is supported by the theoretical-methodological proposal of Systemic Functional Linguistics through the appraisal theory. The news is a symbolic commodity in the activity of providing forms of consciousness. Media discourse is testament to the belief that news and other forms of that discourse have consequences. The examination shows that the proper construction of context, supported by the notions of irony and frame, has a persuasive action, functioning as a provider of conscience.

Keywords: context; appraisal; irony and frame; Critical Linguistics.

Introdução

Uma expressão introduzida na linguística por Malinowski (1935), “contexto de situação”, exerce um papel especial na teoria de Halliday (1994, 2004), a Linguística Sistêmico-Funcional (LSF). Para Halliday (2003 [1992], p. 210), um texto é tanto o produto quanto o gerador de contexto social. Texto e contexto relacionam-se pela *realização* (grifo no original) uma noção que Halliday (1989) considera “provavelmente o conceito mais difícil em linguística”.

Central para o presente artigo é a implicação de que a língua, como afirmou Malinowski, é um “modo de ação” e não simplesmente uma “confirmação do pensamento”. Em outras palavras, a língua trabalha em termos de processos sociais, construindo ativamente o contexto do qual ela é também sua expressão. Em muitos casos, o todo do contexto é construído pela língua; isto é, muitos dos contextos sociais nos quais o ser humano passa o tempo são aqueles feitos pela língua, com eventual inclusão de outras formas de semiosis. Essa situação não está atada à “localização situacional material” (Hasan, 2005 [1973]) – elas não usam a circunstância física na qual a língua é trocada ou consumida. O discurso da mídia cria contextos sociais desse tipo. Por outro lado, a atenção dada por linguistas e analistas do discurso ao estudo do discurso da mídia é testemunho da crença de que notícias e outras formas de discurso da mídia têm consequências. Nesse sentido, vários sociólogos (e.g., Bernstein, 1990; Boyd-Barrett 1998; Herman; Chomsky, 2002 [1988]) afirmam que a notícia é um “provedor de consciência.”

Assim, segundo Liu e Hood (2019), editoriais e artigos de opinião são conhecidos como tendo um papel significativo em moldar a opinião pública sobre assuntos sociais e políticos. Nos estudos de seu poder persuasivo, a linguagem desses textos tem sido sempre o foco, mas até certo ponto, já que, sob o espectro de abordagens metodológicas, relativamente poucos estudos tomaram a perspectiva dinâmica de considerar a interação de escolhas linguísticas na construção de estratégias retóricas no fluxo do significado em textos.

Este artigo dá continuidade à tradição de estudos linguísticos de crítica ao trabalho que a notícia faz como mercadoria simbólica e também observa que esse trabalho favorece, em geral, interesses de poderosos em uma dada comunidade. De que modo as notícias funcionam como um provedor de consciência?

O primeiro passo para a explicação é o ponto óbvio de que para a língua ser operacional, para ser um produto simbólico capaz de “fabricar o consentimento” (Herman; Chomsky, 2002 [1988]), deve ser realizada como texto. É a função textual que faz o trabalho de construção-do-texto. Halliday (2007 [1975], p. 184) descreve a função textual como a função da língua “que torna a língua relevante” e “que faz a diferença entre língua suspensa no vácuo e língua operacional num contexto de situação”. A função textual “insufla vida à língua; e, em outra metáfora, essa função provê textura, e sem textura não há texto” (Halliday, 2003 [1976], p. 70). O ato de construção de texto é também um ato de produção de coerência (Halliday, 2003 [1976], p. 70; Hasan, 1984, 1989 [1985]). No processo de criação da coerência, escolhas são feitas sobre o que é relevante, sobre o modo como entidades e processos são verbalizados e como eles interagem.

O objetivo do presente estudo é o exame crítico do artigo de opinião³ intitulado “O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro” com referência ao modo como os textos de notícias fazem seu trabalho como provedores de consciência e, em particular, a relevância da função da língua como construtora de contexto para capacitar a notícia de fazer esse trabalho. No caso em foco, a construção de contexto tem a finalidade de encobrir a verdadeira intenção do artigo, ou seja, a de avaliar negativamente a figura do marqueteiro político.

O artigo foi escrito por Pompeu de Toledo, em 2002, mas faz sentido até hoje, a concluir pelas palavras de Cunha (2021), em “Visto, lido e ouvido” – a coluna jornalística mais antiga de Brasília, publicada diariamente no *Correio Braziliense*, desde 1960, hoje dirigida por Circe Cunha e Mamfil. Cunha (2021), em coluna sob o título de “A bruxaria dos marqueteiros políticos”, fala sobre o poder que esses profissionais conseguiram acumular:

³ Ou “ensaio”, como prefere seu autor, Pompeu de Toledo.

Os marqueteiros são capazes de transformar água em óleo e de fazer um jumento subir a rampa do palácio com faixa verde e amarela, os grandes marqueteiros do país ganharam fama internacional depois da redemocratização do Brasil, tanto pela expertise nas artes ilusórias das campanhas quanto pela capacidade de contornar quaisquer fronteiras da ética profissional, sendo, por isso, requisitados por nove em cada 10 mandatários da América Latina (Cunha, 2021).

A análise do artigo tem o apoio da proposta teórico-metodológica da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), de Halliday (1994, 2004), que relaciona as escolhas das formas linguísticas feitas na microestrutura do texto com o sentido implícito na macroestrutura do discurso, em que se encontram as relações socioculturais e a postura ideológica do autor. Nesse contexto, é importante para a LSF a noção de escolha. 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.

A pesquisa leva em conta que a procura de um sentido implícito no texto, mas talvez presente no discurso, exige o apoio de teorias que possibilitem essa relação. Tal é o caso da noção de *frame*. *Frames* linguísticos e não-linguísticos e suas funções são discutidos com referência à coerência de textos re(construída) pelo leitor como resultado de uma interação complexa de contexto linguístico e conhecimento não-linguístico.

Ao seu lado, a análise inclui a ironia, cujo potencial subversivo encontra-se no fato de que, enquanto um comentário irônico pode também estar intimamente relacionado a formas dominantes de falar sobre algum evento, ele simultaneamente vai além e subverte as próprias atitudes e opiniões que cita.

Esta pesquisa deve responder às seguintes perguntas: (a) Como é feita a construção de contexto para a crítica do marqueteiro político? (b) Que papel têm o *frame* e a ironia nessa construção?

Apoio teórico

Esta seção apresenta as teorias que apoiam a análise do artigo de opinião “O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro”, a saber, Linguística Sistêmico-Funcional, avaliatividade, persuasão, ironia, *frame* e Linguística Crítica, que serão tratadas a seguir.

Linguística Sistêmico-Funcional

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) é uma teoria do uso da língua como ação social, que procura analisar e explicar o modo como os significados são construídos nas

interações linguísticas do dia a dia (Halliday, 1994, 2004). Para classificar os tipos de significados que os atores sociais geram, a LSF concebe a língua como a expressão de três significados, ou metafunções, concorrentes: ideacional (informação), interpessoal (interação) e textual (construção do texto envolvendo as metafunções ideacional e interpessoal).

A metafunção ideacional representa os eventos das orações em termos de *fazer*, *sentir* (processamento simbólico) ou *ser*, por meio do sistema da transitividade; a metafunção interpessoal envolve as relações sociais com respeito à função da oração no diálogo, e referem-se a dar/pedir informação ou bens e serviços; a metafunção textual organiza os significados ideacionais e interpessoais de uma oração, trabalhando os significados advindos da ordem das palavras na oração.

A metafunção interpessoal contribui na presente análise com a noção de *appraisal* (Martin, 2000, 2003), traduzido por avaliatividade, que trata das expressões de avaliação implícita e explícita, que entram numa espécie de dança através do texto, criando um espaço semântico mais amplo que, por si, se torna avaliativo.

Avaliatividade

A análise da avaliatividade é um modo de capturar, de maneira compreensiva e sistemática, os padrões avaliativos globais que ocorrem em um texto, conjunto de textos ou discursos institucionais. Compõem o sistema da avaliatividade os seguintes subsistemas:

(a) ATITUDE envolve: Afeto, Julgamento, Apreciação (abrangendo a Avaliação Social):

- **Afeto** envolve um conjunto de recursos linguísticos para avaliar a experiência em termos afetivos, para indicar efeito emocional positivo ou negativo de um evento;
- **Julgamento** envolve significados que servem para avaliar o comportamento humano com referência a normas que regem como as pessoas devem ou não agir;
- **Apreciação** constrói a qualidade estética dos processos semióticos do texto e de fenômenos naturais;
- **Avaliação Social** – uma subcategoria de Apreciação – refere-se à avaliação positiva ou negativa de produtos, atividades, processos ou fenômenos sociais.

(b) GRADUAÇÃO envolve um conjunto de recursos para aumentar ou diminuir a intensidade da avaliação.

(c) ENGAJAMENTO é um conjunto de recursos que capacita o escritor (ou o falante) a tomar uma posição pela qual sua audiência é construída como partilhando a mesma e única visão de mundo (monoglossia) ou, por outro lado, a adotar uma posição que explicitamente reconhece a diversidade entre outras vozes (heteroglossia).

As expressões de ATITUDE – implícitas e explícitas – entram numa espécie de dança através do texto, criando um espaço semântico mais amplo que, por si, se torna avaliativo. Nesse processo, a avaliatividade, se positiva ou negativa, pode depender do contexto, quando toma a denominação de *token* de Atitude.

Macken-Horarik (2003), estudiosa da avaliatividade, considera que há dois aspectos da axiologia textual relevantes ao destinatário da narrativa. Primeiro, o leitor é convidado a uma posição de *empatia* – de solidariedade emocional – referente à compreensão das motivações de um dado personagem. Segundo, espera-se que o leitor assuma uma postura de *juízo* dos valores éticos adotados por um determinado personagem. Sobre a questão, Macken-Horarik fala de metarrelação, que, segundo ela, possibilita interpretar a copadronização de escolhas de avaliatividade em certas fases para construir relações semânticas entre uma fase e outra.

Assim, segundo a autora, pode-se tratar não somente de formas explícitas de avaliatividade inscrita, mas também de escolhas de avaliatividade implícita através de longos trechos do texto. Podemos ver os modos pelos quais as combinações de escolhas conspiram para criar atitudes específicas no leitor, conforme ele processa o texto.

Quadro 1. Metarrelação

Metarrelação	Significado semântico
Confirmação	Fase que cria equivalência com fase(s) anterior(es) por meio de escolhas de avaliatividade semelhantes.
Oposição	Fase que cria contraste com fase(s) anterior(es) por meio de escolhas de avaliatividade opostas.
Transformação	Fase que cria mudança de significado em relação a fase(s) anterior(es) por meio de mudança nas escolhas de avaliatividade.
Avaliação interna	Fase que projeta a visão interior e os sentimentos do personagem.
Avaliação externa	Fase que verbaliza a visão interna e os sentimentos do personagem.

Fonte: Macken-Horarik (2003)

Persuasão

A mídia de massa, afirmam Liu e Hood (2019), ao mesmo tempo que se evolve em modos de disseminação, permanece 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. Assim, o gerenciamento das posições ideológicas funciona tanto explícita quanto implicitamente, influenciando crenças, valores e práticas políticas das comunidades de leitores (Happer; Philo, 2016; Van Dijk 1996).

Nesse contexto, conforme afirmam Latour e Woolgar (1979, p. 240), “o resultado de uma persuasão retórica é que os participantes devem ser convencidos de que não foram convencidos”. Segue-se que a persuasão tende a ser altamente implícita e a evitar a linguagem atitudinal normalmente associada ao significado interpessoal, dependendo em grande parte do sistema de valores compartilhados.

Assim, não surpreende que o discurso da mídia ofereça um *site* importante de pesquisas por estudiosos de várias disciplinas que compartilham preocupações em compreender a formação, a evolução social e as culturas políticas. A pesquisa de Liu e Hood contribui para o interesse linguisticamente focado em assuntos sobre retórica e persuasão em textos da mídia, com especial atenção ao editorial de jornal e artigos de opinião. A questão geral que permeia o presente 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. Para tanto, contribuem os conceitos de ironia e de *frame*, como veremos a seguir.

Ironia

Alguns linguistas observaram que a dissensão social é em geral articulada por meios muito semelhantes aos da linguagem dominante. O estudo da “antilinguagem”, de Halliday (1978), por exemplo, que se originou em grupos socialmente excluídos, tal como o submundo do crime, revela notável continuidade entre essas antilinguagens e a linguagem da maioria, já que são partes do mesmo sistema social. Daí a dificuldade fundamental de encontrar uma nova linguagem para expressar a dissensão social.

É aqui que a ironia se faz presente, afirma El Refaie (2005). O que dá à ironia seu potencial subversivo é o fato de que, enquanto um comentário irônico pode também estar intimamente relacionado a formas dominantes de falar sobre algum evento, ele simultaneamente vai além e subverte as próprias atitudes e opiniões que cita. A ironia pode, assim, encorajar os leitores a se conscientizar e a avaliar o que seria, de outro modo, aceito sem questionamento. Desse modo, conclui a autora, essa consciência não precisa inventar uma linguagem de dissensão completamente nova. Nesse contexto, tem papel *sine qua non* o conceito de *frame*, apresentado a seguir.

Frame

Na compreensão de um texto, aceita-se em geral que os leitores formem um modelo mental do texto (Marmolejo-Ramos *et al.*, 2009). Especialmente relevante nesse processo é o fato de que os leitores representam mentalmente a informação que não é mencionada explicitamente no texto, mas derivada principalmente pelo processo da construção de inferência. Os leitores ativam o conhecimento adquirido previamente, estocado na memória de longo-termo, e combinam-no com a informação explicitamente mencionada no texto. Importante é o fato de que os leitores vão além dos meros processos linguísticos para compreender um texto. Esse fenômeno tem sido denominado de *frame*.

Frames são representações conceituais da experiência que definem uma situação (na memória) e fornecem a estrutura de um evento que nos permite compreender como as partes se encaixam no todo; como um evento se desenrola; e prever o que virá a seguir (Ribeiro; Hoyle, 1996). Assim, uma vez que um *frame* é acessado, todas as informações relevantes associadas àquele *frame* bem como traços contextuais adicionais ficam imediatamente disponíveis para inferências suplementares.

Bednarek (2005) examina a relação entre *frames* e discurso, em particular a função do *frame* na indução da coerência. Veremos que a aplicação de *frames* por parte do ouvinte é de importância crucial para lhe permitir a criação da coerência. Mostra-se que a coerência de textos re(construída) pelo ouvinte é o resultado de uma interação complexa de contexto linguístico e conhecimento não-linguístico (*frame*).

A seguir, a Linguística Crítica (Fowler, 1991), uma teoria que tem o apoio da LSF e esclarece o motivo pelo qual uma determinada escolha linguística tem significado ampliado em termos ideológicos.

Linguística crítica

A linguística crítica é uma abordagem que foi desenvolvida por um grupo da Universidade de East Anglia na década de 1970 (Fowler *et al.*, 1979; Kress; Hodge, 1979). Eles tentaram casar um método de análise linguística textual com uma teoria social da linguagem em processos políticos e ideológicos, recorrendo à LSF.

O ponto teórico principal na análise de 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).

Posto que as instituições jornalísticas estão situadas social, econômica e politicamente, qualquer coisa que é dita ou escrita sobre o mundo é articulada de uma posição ideologicamente particular: a língua não é uma janela límpida, mas um meio de refração e de estruturação, e como consequência a visão do mundo resultante será necessariamente parcial. Sabemos que diferentes jornais noticiam de modo diferente, tanto em termos de conteúdo quanto de apresentação (Fowler, 1991).

Dito isso, o Quadro 2, a seguir, resume as teorias que apoiam a análise de “O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro”.

Quadro 2. Teorias de Apoio

Linguística Sistêmico-Funcional Avaliatividade
Persuasão Ironia <i>Frame</i>
Linguística Crítica

Fonte: Elaboração própria

Metodologia

A análise tem o apoio da proposta teórico-metodológica da Linguística Sistêmico-Funcional, de natureza qualitativa, e segue a tradição dos analistas do discurso crítico, que em geral confiam em dados, como Hakam (2009, p. 36). Iniciar a análise com os dados linguísticos parece especialmente útil aqui como nota Partington (2003, p. 27): “nem sempre é possível, ou mesmo desejável, estabelecer *a priori* a função de um texto”.

O método usado, conforme Schäffner (1997a e b), inicia-se no micronível linguístico, examinando a função que cada escolha léxico-gramatical exerce no macronível do discurso.

Dados

Será analisado o artigo de opinião (ou “ensaio”⁴): “O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro”, de autoria de Roberto Pompeu de Toledo, publicado na revista VEJA, em 16 jan. 2002. O texto na íntegra encontra-se no Anexo.

4 O termo “ensaio”, mencionado por Toledo, lembra a sugestão de Vigner (1988, p. 110), que assim o fez para o texto dissertativo-argumentativo, a fim de evitar a menção de “dissertação”, que, segundo ele, permanece estreitamente ligado a uma época e a um certo tipo de ensino.

Procedimentos de análise

As escolhas feitas pelo autor do texto e que sugiram algum tipo de avaliação serão sublinhados e a seguir classificados, entre colchetes, quanto à avaliatividade de Atitude (Afeto, Julgamento, Apreciação e Avaliação Social). Cada parágrafo assim caracterizado recebe uma Discussão referente à análise feita. As Considerações finais encerram o processo.

Análise

O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro

UMA AVALIAÇÃO DE TRÊS PROFISSÕES QUE DEIXOU OS BASTIDORES PARA ROUBAR O ESPETÁCULO

Roberto Pompeu de Toledo

ENSAIO

Que há em comum entre o carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro político? Primeiro: eles não entram em campo [Julgamento (-)]. São, por natureza, profissionais de ensaios e bastidores [Apreciação (-)]. Segundo: não se prendem à cor da camisa [Julgamento (-)]. Podem defender um time, escola ou candidato hoje, e, amanhã o time, a escola ou candidato oposto [Julgamento (-)]. Terceiro: cada vez mais, roubam o espetáculo. Os imperativos de discrição e de silêncio [Julgamento (-)] que seriam de supor em quem ali está para preparar e coordenar o espetáculo, mas não é o espetáculo [Julgamento (-)], têm sido largamente superados pela compulsão da exposição e pela sofreguidão dos egos [Julgamento (-)]. Este é um ano de técnicos de futebol e marqueteiros e, como todos os outros, de carnavalescos. Haverá Copa do Mundo e eleições e, como todos os anos, salvo imprevisto de última hora, haverá Carnaval. Examinemos o presente *status* de cada um desses profissionais, por ordem de entrada no calendário.

Discussão: Pompeu de Toledo propõe-se a comparar três profissões: o carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro político, nessa ordem, ou seja, por ordem de entrada no calendário, como alerta e, de fato, é o que acontece. Assim, passa a examinar as características de cada profissão, em que nada do que é dito nega a fidelidade da descrição. Até aqui, está criado um contexto que não foge da realidade e por isso tende a ser aceito pelo leitor. Um artifício persuasivo eficaz para o que virá a seguir.

O carnavalesco, até alguns anos atrás, era um desconhecido [Julgamento (-)]. Um pobre funcionário de segundo plano [Julgamento (-)], mais desconhecido que a mais humilde

das integrantes da ala das baianas [Julgamento (-)], mais ainda que o gari que limpa a pista [Julgamento (-)] depois da passagem da escola. Foi então que, em 1976, com um primor de desfile [Apreciação (-) *token*], na Beija-Flor de Nilópolis, e a frase que lhe foi atribuída (“Pobre gosta de luxo. Quem gosta de pobreza é intelectual”), Joãozinho Trinta deu corpo e alma à profissão [Apreciação (-) *token*]. Certas atividades devem tudo a uma só pessoa. Pense-se na de industrial. Que era o industrial, antes de Henry Ford? Ao inventar a linha de montagem e a produção em massa, ele inventou de quebra a profissão de Industrial [Avaliação Social (-) *token*]. Pense-se, num outro extremo, na atividade de padre dublê de cantor e bailarino [Julgamento (-)]. Quem se atrevia a cantar e dançar enquanto rezava a missa [Avaliação Social (-)], antes do padre Marcelo Rossi? Pois Joãozinho Trinta criou a categoria de carnavalesco [Apreciação (-)]. Hoje se dá valor ao carnavalesco [Avaliação Social (-)]. Virou um profissional mais observado que o mestre-sala, mais festejado que a porta-bandeira. Joãozinho Trinta tem mudado de time [Julgamento (-)], o que prova que a profissão é inconstante [Apreciação (-)] como a de técnico de futebol. Hoje está na escola Grande Rio. E neste ano seu enredo será o Maranhão. “Epa!”, dirá o leitor. Maranhão!? Roseana Sarney!? Sim, **Maranhão e Roseana**. O que prova que entre o carnavalesco e o marqueteiro as coincidências vão muito além do que sonha nossa vã filosofia [Avaliação Social (-) *token*].

Discussão: Neste estágio, a descrição do carnavalesco feita por Toledo, com apoio de características de personagens conhecidas do leitor, não foge, também, da realidade. Porém, no contexto situacional percebido pelo *frame* do leitor, fica clara a ironia que perpassa a descrição, realçada com avaliatividade *token*, ou seja, a avaliatividade dependente de contexto. O que dá à ironia seu potencial subversivo é o fato de que, enquanto um comentário irônico pode também estar intimamente relacionado a formas comuns de falar sobre algum evento, ele simultaneamente vai além e subverte as próprias atitudes e opiniões que cita, como ensina El Refaye (2005). E, de acordo com Fowler (1991), *qualquer* aspecto da estrutura linguística carrega significação ideológica – seleção lexical, opção sintática, etc. – todos têm sua razão de ser.

Notemos que, no final deste parágrafo, Toledo subitamente traz à tona Maranhão e Roseana Sarney, fato que parece desviar-se da rota que vinha sendo seguida. Não será o caso, se Roseana for envolvida também pela avaliatividade negativa, presente no *frame* do leitor, inundado pela mídia com referências depreciativas da candidata à presidência do Brasil. É o que Macken-Horarik (2003) chama de metarrelação de confirmação, etapa que cria equivalência com etapa(s) anterior(es) por meio de escolhas de avaliatividades semelhantes, no caso, negativas.

O técnico de futebol nunca foi um desconhecido. Sempre foi profissional prestigiado. Mas era um participante discreto no conjunto do espetáculo. Mais propriamente, era invisível. Seus grandes momentos eram o treino e as instruções no vestiário, ambas atividades exercidas fora das vistas do público. Durante o jogo, ficava confinado à

boca de um túnel, em certos estádios, e em outros a um triste banquinho [Apreciação (-)], onde se impunha que ficasse quieto [Julgamento (-)]. O técnico da seleção de 1958, Vicente Feola, desempenhava tão humilde papel que, dizia-se, até dormia durante o jogo [Julgamento (-)]. De uns anos para cá, desde que o técnico foi liberado para ficar junto ao campo e dar instruções durante o jogo, a profissão mudou de natureza. O técnico virou parte do show [Julgamento (-) *token*]. As câmaras de TV grudam nele mais do que no centroavante, captando-lhe o mais mínimo dos gestos, as efusões e desesperos, bem como, pela leitura labial que a proximidade das tomadas permite, o repertório de palavras [Julgamento (-)]. Com a subida do técnico às culminâncias do estrelato [Apreciação (-) *token*], surgiu uma novidade na galeria de tipos do futebol: o técnico de terno e gravata [Julgamento (-) *token*]. O tipo é estranho [Julgamento (-)]. Parece surgido da imaginação de um carnavalesco. Ou das instruções de um marqueteiro [Julgamento (-)], ao maquiar seu candidato [Julgamento (-)]. Faz figura tão deslocada [Julgamento (-)] quanto seria a de um executivo de chuteira na reunião de diretoria [Apreciação (-) *token*].

Discussão: A descrição do técnico de futebol traz em cena personagens reais, que exerceram essa função, e que de fato participaram dos acontecimentos narrados por Toledo. Porém, nota-se que a descrição se limita a escolher situações em que o técnico da futebol é avaliado negativamente, concentrando-se em especial na sua subida inadequada e ridícula na hierarquia social. Para essa difícil abordagem do técnico de futebol, Toledo refugia-se na ironia a fim de suavizar com o riso a sua dura crítica.

Para a efetivação desse diálogo no texto, entre autor e leitor, Toledo recorre ao *frame* deste último, que, bombardeado pelo noticiário diário, pode perceber a verdadeira intenção de Toledo, ou seja, a de criar um contexto negativo, que se oculta na subjacência do discurso, e que deve perdurar pelo texto todo, via metarelacão de confirmação. E, assim, não há de estranhar a entrada do marqueteiro e de Roseana, ambos mergulhados na avaliatividade negativa.

Os marqueteiros... Bem, se os carnavalescos e os técnicos adquiriram tais culminâncias, que dizer dos marqueteiros? Seu prestígio é tal que aumenta a cada dia o reclamo de que Duda Mendonça e Nizan Guanaes se enfrentem diretamente nas urnas. "Chega de intermediários!" [Avaliação Social (-) *token*] Guanaes, como um técnico campeão, é disputado entre Roseana Sarney, atual detentora de seu passe, e o pretendente José Serra. Não é à toa. Trata-se de profissional que fez decolar uma candidata com base em uma única qualidade: a de ser mulher [Julgamento (-) *token*]. Roseana, diga-se, nesse ponto tem todo o merecimento, pois realmente é mulher. Não está fingindo, como tantos políticos fazem. De qualquer forma, é uma proeza sustentar um candidato com base nos azares do percurso dos cromossomos dos pais [Apreciação (-) *token*]. Já Duda Mendonça foi além do que iria um técnico. Ao mudar de Paulo Maluf para Lula [Julgamento (-) *token*], não é que tenha trocado o Corinthians pelo Palmeiras, o Flamengo pelo Vasco ou o Atlético pelo Cruzeiro. É muito mais. Trocou Deus pelo diabo [Julgamento (-)]. Ou o

diabo por Deus – decida o leitor quem, entre os destinatários da troca, merece o papel de Deus e quem o do diabo. Uma campanha política, desde que passou à condução dos marqueteiros [Avaliação Social (-)], pode chegar a uma explosão de festa e fantasia, um delírio de cores e embriaguez de formas dignos da imaginação de um carnavalesco. E a eleição pode virar um vertiginoso carnaval [Avaliação Social (-)].

Discussão: Finalmente surge o verdadeiro motivo do ensaio: a crítica ao papel do marqueteiro, que hoje faz parte essencial da eleição presidencial e ao seu poder na condução da opinião pública. Assim, a descrição do carnavalesco e a do técnico de futebol, plena de avaliatividade negativa, criam um contexto desfavorável tanto ao marqueteiro quanto à candidata, que assim são plenamente envolvidos pela avaliatividade negativa. Toledo pode, com esse aparato teórico, criar um contexto, pleno de realidade a nível do texto, em que, sem agredir nenhum dos participantes, mas recorrendo à fina ironia e contando com o *frame* do leitor, criar um contexto persuasivo para criticar candidatos e eleições entregues nas mãos de marqueteiros, estranhos seres que assim conduzem os destinos do país. Triste constatação.

Considerações finais

No ensaio de Toledo, “O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro” vemos a maneira como a construção de contexto pode auxiliar o processo de persuasão implícita. O texto é leve, divertido, e o leitor reconhece as personagens que ali desfilam e concorda com a descrição feita pelo autor. Mas no discurso, a construção de um construto não-neutro de pessoas e eventos é uma questão de considerável significado na mídia, em que o gerenciamento de posições ideológicas funciona tanto explícita quanto implicitamente influenciando crenças, valores e práticas políticas das comunidades de leitores (Happer; Philo, 2016; Van Dijk, 1996).

No texto, verificamos a descrição de três personagens: o carnavalesco, o técnico de futebol e o terceiro – o marqueteiro – com função diferenciada no contexto. Os dois primeiros recebem avaliatividade em consonância com a realidade de cada um, mas que logo é percebida como negativa pela ironia que perpassa as descrições e que é percebida pelo leitor. O que, no discurso, é intencionado pelo autor é que toda essa carga de avaliatividade negativa recaia sobre o terceiro personagem, o marqueteiro – foco de sua crítica. Para tanto, no final dos parágrafos que descrevem o carnavalesco e o técnico de futebol, Toledo faz ligeira menção à figura do marqueteiro, a quem quer atingir com sua fina, mas eficaz crítica.

O processo de metarrelação (Macken-Horarik, 2003) possibilita interpretar a copadronização de escolhas de avaliatividade em certas fases para construir relações semânticas entre uma fase e outra. O que acontece, a cada passo, no nível do discurso,

é que as avaliações feitas do carnavalesco e do técnico de futebol, de neutras passam a ser consideradas negativas pelo leitor, para, então, recaírem sobre o marqueteiro.

Como afirmam Latour e Woolgar (1979), os participantes devem ser convencidos de que não foram convencidos. Daí porque a persuasão tende a ser implícita e a evitar a linguagem avaliativa, dependendo em grande parte do *frame* compartilhado. Como os exemplos acima demonstram, a meta do enquadre irônico de um significado é em geral a entrega de uma avaliação implícita e um convite ao leitor/audiência para compartilhar da perspectiva do ironizador. Isso torna a ironia especialmente adequada para a tarefa de expressar a crítica, embora a avaliação implícita possa ser mais complicada e multinivelada do que uma pura desaprovação. Contudo, se não for identificada pelo *frame* do receptor, a ironia simplesmente não é ironia (El Refaye, 2005).

REFERÊNCIAS

BEDNAREK, M. A. Frames revisited – the coherence-inducing function of frames. *Journal of Pragmatics*, v. 37, n. 5, p. 685-706, 2005.

BERNSTEIN, B. *Class, code and control*. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1990. v. 4.

BOYD-BARRETT, O.; RANTANEN, T. *The Globalization of News*. Londres: SAGE Publications Ltd., 1998.

EGGINS, S. *An introduction to Systemic Functional Linguistics*. Londres: Pinter, 2004.

EL REFAIE, E. Our purebred ethnic compatriot's irony in newspaper journalism. *Journal of Pragmatics*, v. 37, n. 6, p. 781-797, 2005.

FOWLER, R. *Language in the News: discourse and ideology in the press*. Londres: Routledge, 1991.

FOWLER, R.; HODGE, B.; KRESS, G.; TREW, T. *Language and control*. Londres: Routledge, 1979.

HAKAM, J. The "cartoons controversy": A Critical Discourse Analysis of English-language Arab newspaper discourse. *Discourse & Society*, v. 20, n. 1, p. 33-57, 2009.

HALLIDAY, M. A. K. Language as social semiotic: Towards a general sociolinguistic theory. In: WEBSTER, J. J. *Language and society. The collected works of M. A. K. Halliday*. Londres e Nova York: Continuum, 2007.

HALLIDAY, M. A. K. *The Language of Science*. Londres: Continuum, 2004.

HALLIDAY, M. A. K. Written Language, Standard Language, Global Language. *World Englishes*, v. 22.4, p. 405-418, 2003.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to Functional Grammar*. Londres: Edward Arnold, 1985/1994.

HALLIDAY, M. A. K. *Language and a social semiotic: the social interpretation of language and meaning*. Londres: Edward Arnold, 1978.

HAPPER, C.; PHILO, G. "New approaches to understanding the role of the news media in the formation of public attitudes and behaviours on climate change.". *European Journal of Communication*, Londres, v. 31, p. 136-151, 2016.

HASAN, R.; HALLIDAY, M. A. K. Language and society in a systemic functional perspective. In: HASAN, R.; MATTHIESSEN C.; WEBSTER, J. J. *Continuing Discourse on Language*. Londres: Equinox Publishing, 2005.

HASAN R.; HALLIDAY, M. A. K. *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford & Geelong: OUP & Deakin University Press, 1989.

HASAN, R. Coherence and cohesive harmony. In: FLOOD, J. *Understanding reading comprehension*. Newark: IRA, 1984.

HERMAN, E.; CHOMSKY, N. *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. Nova York: Pantheon Books, 2002.

KORNEDING, K. P. Frames und lexikalisches Bedeutungswisses. In: ODA, I. H. *Os recursos persuasivos no editorial de jornal sob a perspectiva da Linguística Sistêmico-Funcional*. 2008. Tese (Doutorado em Linguística) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

KRESS, G.; HODGE. R. *Language as ideology*. Londres: Routledge, 1979.

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

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*, Berlim, v. 39, n. 5, p. 589-611, 2019.

MACKEN-HORARIK, M. Appraisal and the special instructiveness of narrative in a special edition. In: MACKEN-HORARIK, M.; MARTIN, J. R. *Negotiating Heteroglossia: Social Perspectives on evaluation*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003. p. 285-312.

MALINOWSKI, B. The problem of meaning in primitive languages. In: OGDEN, C. K.; RICHARDS, I. A. *The meaning of meaning*. Londres: Routledge, 1935. p. 296-336.

MARMOLEJO-RAMOS, F.; ELOSUA, M. R.; GYGAX, P.; MADDEN, CA. J. Reading between the lines: The activation of background knowledge during text comprehension. *Pragmatics and Cognition*, 2009.

MARTIN, J. R. Beyond exchange: Appraisal Systems in English. In: HUNSTON, S.; THOMPSON, G. *Evaluation in text: authorial stance and the construction of discourse*. Oxford: University Press, 2000. p. 142-175.

MARTIN, J. R. Introduction. *Text*, v. 23, n. 2, p. 171-181, 2003.

PARTINGTON, A. *The linguistics of political argument: The spin-doctor and the wolf-pack at the White House*. Londres: Routledge, 2003.

RIBEIRO, B. T.; HOYLE, S. M. *Keeping your footing: Conversational completion in three-part sequences*. John Benjamins, 1996.

SCHÄFFNER, C. Metaphor and interdisciplinary analysis. *Journal of Area Studies*, v. 11, p. 57-72, 1997a.

SCHÄFFNER, C. Translation Studies. In: VERSCHUEREN, J.; ÖSTMAN, J.-O.; BLOMMAERT, J.; BULCAE, C. *Handbook of Pragmatics*. Amsterdã: John Benjamins, 1997b.

TANNEN, D. *Gender and conversation interaction*. Nova York: Oxford University Press, 1993.

TANNEN, D.; WALLAT, C. Interactive Frames and Knowledge Schemas in Interaction: Examples from a Medical Examination. In: TANNEN, D. *Framing in Discourse*. New York: Oxford University Press, 1993.

VAN DIJK, T. A. Discourse, Cognition and Society. *Discourse & Society*, v. 7, n. 1, p. 5-6, 1996.

VAN DIJK, T. A. *Elite Discourse and Racism*. Newbury Park, CA: Sage, 1993.

ANEXO

O carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro

UMA AVALIAÇÃO DE TRÊS PROFISSÕES QUE DEIXOU OS BASTIDORES PARA ROUBAR
O ESPETÁCULO

Roberto Pompeu de Toledo

ENSAIO

Que há em comum entre o carnavalesco, o técnico de futebol e o marqueteiro político? Primeiro: eles não entram em campo. São, por natureza, profissionais de ensaios e bastidores. Segundo: não se prendem à cor da camisa. Podem defender um time, escola ou candidato hoje, e amanhã o time, a escola ou candidato oposto. Terceiro: cada vez mais, roubam o espetáculo. Os imperativos de discrição e de silêncio que seriam de supor em quem ali está para preparar e coordenar o espetáculo, mas não é o espetáculo, têm sido largamente superados pela compulsão da exposição e pela sofreguidão dos egos. Este é um ano de técnicos de futebol e marqueteiros e, como todos os outros, de carnavalescos. Haverá Copa do Mundo e eleições e, como todos os anos, salvo imprevisto de última hora, haverá Carnaval. Examinemos o presente *status* de cada um desses profissionais, por ordem de entrada no calendário.

O carnavalesco, até alguns anos atrás, era um desconhecido. Um pobre funcionário de segundo plano, mais desconhecido que a mais humilde das integrantes da ala das baianas, mais ainda que o gari que limpa a pista depois da passagem da escola. Foi então que, em 1976, com um primor de desfile, na Beija-Flor de Nilópolis, e a frase que lhe foi atribuída ("Pobre gosta de luxo. Quem gosta de pobreza é intelectual"), Joãozinho Trinta deu corpo e alma à profissão. Certas atividades devem tudo a uma só pessoa. Pense-se na de industrial. Que era o industrial, antes de Henry Ford? Ao inventar a linha de montagem e a produção em massa, ele inventou de quebra a profissão de Industrial. Pense-se, num outro extremo, na atividade de padre dublê de cantor e bailarino. Quem se atrevia a cantar e dançar enquanto rezava a missa, antes do padre Marcelo Rossi? Pois Joãozinho Trinta criou a categoria de carnavalesco. Hoje se dá valor ao carnavalesco. Virou um profissional mais observado que o mestre-sala, mais festejado que a porta-bandeira. Joãozinho Trinta tem mudado de time, o que prova que a profissão é inconstante como a de técnico de futebol. Hoje está na escola Grande Rio. E neste ano seu enredo será o

Maranhão. “Epa!”, dirá o leitor. Maranhão!? Roseana Sarney!? Sim, Maranhão e Roseana. O que prova que entre o carnavalesco e o marqueteiro as coincidências vão muito além do que sonha nossa vã filosofia.

O técnico de futebol nunca foi um desconhecido. Sempre foi profissional prestigiado. Mas era um participante discreto no conjunto do espetáculo. Mais propriamente, era invisível. Seus grandes momentos eram o treino e as instruções no vestiário, ambas atividades exercidas fora das vistas do público. Durante o jogo, ficava confinado à boca de um túnel, em certos estádios, e em outros a um triste banquinho, onde se impunha que ficasse quieto. O técnico da seleção de 1958, Vicente Feola, desempenhava tão humilde papel que, dizia-se, até dormia durante o jogo. De uns anos para cá, desde que o técnico foi liberado para ficar junto ao campo e dar instruções durante o jogo, a profissão mudou de natureza. O técnico virou parte do *show*. As câmaras de TV grudam nele mais do que no centroavante, captando-lhe o mais mínimo dos gestos, as efusões e desesperos, bem como, pela leitura labial que a proximidade das tomadas permite, o repertório de palavrões. Com a subida do técnico às culminâncias do estrelato, surgiu uma novidade na galeria de tipos do futebol: o técnico de terno e gravata. O tipo é estranho. Parece surgido da imaginação de um carnavalesco. Ou das instruções de um marqueteiro, ao maquiar seu candidato. Faz figura tão deslocada quanto seria a de um executivo de chuteira na reunião de diretoria.

Os marqueteiros... Bem, se os carnavalescos e os técnicos adquiriram tais culminâncias, que dizer dos marqueteiros? Seu prestígio é tal que aumenta a cada dia o reclamo de que Duda Mendonça e Nizan Guanaes se enfrentem diretamente nas urnas. “Chega de intermediários!” Guanaes, como um técnico campeão, é disputado entre Roseana Sarney, atual detentora de seu passe, e o pretendente José Serra. Não é à toa. Trata-se de profissional que fez decolar uma candidata com base em uma única qualidade: a de ser mulher. Roseana, diga-se, nesse ponto tem todo o merecimento, pois realmente é mulher. Não está fingindo, como tantos políticos fazem. De qualquer forma, é uma proeza sustentar um candidato com base nos azares do percurso dos cromossomos dos pais. Já Duda Mendonça foi além do que iria um técnico. Ao mudar de Paulo Maluf para Lula, não é que tenha trocado o Corinthians pelo Palmeiras, o Flamengo pelo Vasco ou o Atlético pelo Cruzeiro. É muito mais. Trocou Deus pelo diabo. Ou o diabo por Deus – decida o leitor quem, entre os destinatários da troca, merece o papel de Deus e quem o do diabo. Uma campanha política, desde que passou à condução dos marqueteiros, pode chegar a uma explosão de festa e fantasia, um delírio de cores e embriaguez de formas dignos da imaginação de um carnavalesco. E a eleição pode virar um vertiginoso carnaval.