



A relação metonímia-metáfora e a persuasão implícita em memes multimodais

The metonym-metaphor relationship and the implicit persuasion in multimodal memes

Sumiko Nishitani Ikeda

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, São Paulo / Brasil

sumiko@uol.com.br

<http://orcid.org/0000-0002-5812-5098>

Leila Cristina Silva

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, São Paulo / Brasil

leilinha484@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-3327-8490>

Marcelo Saporas

Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Dourados, Mato Grosso do Sul /

Brasil

msaporas@uol.com.br

<http://orcid.org/0000-0002-9924-8369>

Resumo: O objetivo deste artigo é o exame crítico da persuasão implícita e sua ocorrência em memes multimodais que circulam pelo Facebook, tendo como foco a relação entre metonímia e metáfora. A persuasão tende a ser altamente implícita e a evitar a linguagem atitudinal normalmente associada ao significado interpessoal, dependendo em grande parte do *frame*, ou seja, do sistema de valores compartilhados. Esse é o fenômeno que caracteriza a metonímia, um tropo que, sendo indicial, informa somente parte da mensagem, dependendo do receptor para a complementação da informação. Nesse sentido, tem sido aceito que as metáforas conceituais podem ser casos especiais da interação conceitual com a metonímia, a qual propicia a contiguidade entre o texto e o *frame* do leitor. Com base nessa relação, o meme, apesar de sua diminuta

extensão, pode promover a persuasão do leitor. A pesquisa tem o apoio da Gramática Visual Sociossemiótica e da Linguística Sistêmico-Funcional e responde às seguintes perguntas: (a) Como é feita a persuasão implícita em memes verbo-visuais? (b) Qual é o papel da metonímia e da metáfora nesse processo? (c) Como pode a Linguística Sistêmico-Funcional por meio da transitividade e da avaliatividade contribuir no processo persuasivo dos memes? Os resultados mostram que a persuasão implícita em memes é feita graças a escolhas lexicogramaticais, as metonimizações, motivadas pela metáfora conceptual, que não só permeia e domina todo o meme, mas também forma a espinha dorsal da sua estrutura argumentativa.

Palavras-chave: meme multimodal; persuasão implícita; metonímia; metáfora; Linguística Sistêmico-Funcional; Gramática Visual Sociossemiótica.

Abstract: The objective of this paper is to critically examine implicit persuasion and its occurrence in multimodal memes circulating on Facebook, focusing on the metaphor-metonymy relationship. Persuasion tends to occur mostly implicitly, avoiding evaluative language related with interpersonal meanings. Thus it depends on notions such as frame, which allows addressees to infer hidden message contents. This phenomenon commonly occurs in metonymies, tropes that for being indexical inform only part of reality, and depend on the receiver for the complementation of the information they carry. In this sense, the idea that conceptual metaphors can be special cases of their conceptual interaction with metonymies that provide contiguity between the text and the reader's frame has been accepted. On the basis of this relationship, memes, despite their small extent, can promote persuasion. The research is based on Sociosemiotic Visual Grammar and Systemic-Functional Linguistics and answers the following questions: (a) How does implicit persuasion occur in verb-visual memes? (b) What is the role of metonymies and metaphors in such process? (c) How can Systemic Functional Linguistics by means of transitivity and appraisal contribute to the persuasive process of memes? The results show that the implicit persuasion in memes is made thanks to lexicogramatical choices, metonymizations, motivated by conceptual metaphors, which not only permeates and dominates the whole meme, but also forms the backbone of its argumentative structure.

Keywords: multimodal meme; implicit persuasion; metonymy; metaphor; Systemic Functional Linguistics; Sociosemiotic Visual Grammar.

Submetido em 18 de dezembro de 2019

Aceito em 03 de abril de 2020

Introdução

Este estudo trata da persuasão implícita em memes multimodais, recorrendo à metonímia conceptual, noção considerada fundamental na construção do significado verbo-visual (FENG, 2017), na medida em que, além de ser icônica), é também indicial¹ (PEIRCE, 1884) em relação à representação tanto de objetos e eventos quanto de conceitos abstratos. Como índice, explica Feng (2017), a metonímia é um processo cognitivo que evoca um *frame*,² permitindo ao endereçado inferir o conteúdo implícito da mensagem por meio de pistas verbo-visuais e com o apoio do seu conhecimento cultural e do contexto imediato de comunicação. Com base nessa característica, realizando a contiguidade entre texto e *frame*, ou seja, “entre os domínios espacial e material” (CROFT, 2006, p. 317, 320), será explorada a tese de Taylor (1995) de que todas as associações metafóricas são baseadas em metonímia e que há um *continuum* metonímia-metáfora.

A metáfora, explicam Lakoff e Johnson (1980), permeia a vida cotidiana, não somente na língua, mas também no pensamento e na ação. Nosso sistema conceitual, em termos do qual pensamos e agimos, é fundamentalmente metafórico por natureza. Esse sistema estrutura o que percebemos, como vivemos no mundo e como nos relacionamos com as pessoas, definindo, assim, a realidade do cotidiano. Por outro lado, a metáfora atua por meio do processo de menção e ocultação, que decorre do fato de o mapeamento por meio de domínios metafóricos ser sempre parcial, de tal modo que certos aspectos do alvo são destacados, enquanto outros não. Essa possibilidade permite ao autor do meme dar ênfase apenas ao que contribui para o processo persuasivo.

¹ A propósito, com relação à tipologia de signos de Peirce (1955), as imagens discutidas por Feng (2017) são primeiramente ícones (i.e., assemelham-se à realidade de modo direto); elas incluem publicidade impressa, imagens em movimento, gibis e outras. Contudo, além da iconicidade, as imagens são também índices de duas maneiras: (a) as imagens visuais nunca são réplicas exatas da realidade, podendo ser apenas sua representação (FENG; O’HALLORAN, 2012); (b) as representações visuais de conceitos abstratos, que são invisíveis (p.ex. emoção), podem ser representadas apenas por meio da representação de objetos visíveis (p.ex. sintomas da emoção) a eles relacionados.

² De acordo com Minsky (1977, p. 355), *frame* pode ser considerado uma representação mental do nosso conhecimento de mundo, uma estrutura de dados que está localizada na memória humana e pode ser selecionada ou recuperada quando necessária.

A persuasão é um hiperprocesso que abriga a convicção e a sedução (KITIS; MILAPIDES, 1997). Assim, para que o texto possa ser mostrado como verdadeiro e plausível (van DIJK, 1988), a convicção apoia-se em uma listagem de passos argumentativos, que inclui a ativação e a participação do sistema cognitivo do leitor. Frequentemente, porém, a emoção pode cercear a participação cognitiva no processo persuasivo e, nesse caso, pode-se falar em sedução em lugar de convicção. A propósito, “o resultado de uma persuasão retórica é de que os participantes devem ser convencidos de que não foram convencidos” (LATOURET; WOOLGAR, 1979, p. 240). 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 (HALLIDAY, 1985).

Quanto à implicitude, além de ser um traço indispensável da língua – cuja primeira função é econômica por natureza – também desempenha um papel importante na comunicação persuasiva (VALLUARI; MASIA, 2014). Pelo menos desde Frege (1892, p. 40), explicam Valluari e Masia (2014), ficou claro para os estudiosos que tratam da língua e do texto (embora o fato já estivesse claro para os profissionais da retórica por milênios) que a mensagem implícita pode facilitar a persuasão da audiência (DUCROT, 1972; GRICE, 1975; STRAWSON, 1964).

A persuasão implícita, para sua efetivação, conta com vários recursos retóricos que constroem um mundo textual, cujo conteúdo nem sempre corresponde aos elementos do seu entorno e, no qual, opinião pode ser confundida com fato. Nesse sentido, para tratar dos fenômenos desse mundo, que envolve questões como a indeterminação do significado semântico ou a recuperação de informação intencional, a lógica formal mostrou-se insuficiente (van EEMEREN; GROOTENDORST, 2004), tendo sido, então, complementada pela dialética pragmática, noção importante para a análise do discurso crítica.

O meme multimodal será aqui focado sob três modos: língua, imagem e cor. O texto multimodal é um desafio para analistas do discurso, particularmente para os que trabalham com ferramentas linguísticas moldadas para o texto verbal (MACKEN-HORARIK, 2003). Como afirmam Adami e Kress (2014, p. 231), o fenômeno da multimodalidade move-se do centro de gravidade de preocupações linguísticas para as preocupações da semiótica. Eles exploram questões como “o que pensamos sobre ‘texto’, em um mundo em que entidades semióticas multimodais começam a dominar a paisagem semiótica?”.

O termo *meme* surgiu pela primeira vez, em 1976, no livro *The Selfish Gene* (O Gene Egoísta), de Richards Dawkins, que definiu o meme como “uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação” (DAWKINS, 2007, p. 330). Os memes constituem um gênero digital que tem ocupado um papel de destaque no que se refere à difusão de ideias e à disseminação de ideologias vinculadas a discursos propagados via Internet.

A pequena extensão dos memes poderia dificultar a ocorrência da persuasão nesse gênero. Fuertes-Olivera *et al.* (2001) esclarecem a questão, explicando que, os textos possuem muitas (e opostas) interpretações não somente porque usamos a língua indexicalmente – ou seja, ela não só revela apenas parte da realidade, caracterizando-se, assim, pela parcialidade – mas também porque o que significamos não é sempre o mesmo daquilo que dizemos, além de poder incluir, intersubjetivamente, o que o interlocutor pensa a respeito do assunto. Assim, parte do significado de uma palavra fica a cargo do conhecimento partilhado de mundo, ou *frame* de referência dos interlocutores.

O objetivo deste artigo é o exame crítico da persuasão implícita e sua ocorrência em memes multimodais que circulam pelo Facebook, tendo como foco a relação entre metonímia e metáfora.

Metodologicamente, a pesquisa conta com o apoio da Linguística Sistêmico-Funcional e da Gramática Visual Sociossemiótica. A Linguística Sistêmico-Funcional é uma proposta teórico-metodológica (HALLIDAY, 1994; HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004), que, por meio das escolhas lexicogramaticais feitas no texto, pode revelar a ideologia e as relações de poder no discurso. Quanto à análise do texto visual, a pesquisa tem o apoio da proposta de Kress e van Leeuwen (2006), que adaptam o modelo da Linguística Sistêmico-Funcional, levando em conta os três sistemas para a análise do significado nas imagens interativas, incluindo: contato (ideacional), distância social (interpessoal) e atitude (textual).

A pesquisa responde às seguintes perguntas: (a) Como é feita a persuasão implícita em memes verbo-visuais? (b) Qual é o papel da metonímia e da metáfora nesse processo? (c) Como pode a LSF, por meio da transitividade e da avaliatividade, contribuir no processo persuasivo dos memes?

A seguir, são apresentadas as propostas teóricas que apoiam a análise da persuasão implícita em memes multimodais.

1 Apoio teórico

A seguir, iniciamos a apresentação das teorias em que se apoia a análise crítica dos memes: a proposta teórico-metodológico da Linguística Sistemico-Funcional (LSF) (HALLIDAY, 1994; HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004) e da Gramática Visual Sociosemiótica (GVS) (KRESS; van LEEUWEN, 2006), além das noções de metonímia, metáfora e sua relação, envolvidas no processo da persuasão implícita.

1.1 Metonímia

Enquanto as metáforas conceptuais estiveram no centro do interesse de linguistas cognitivistas, afirma Feng (2017), em especial desde a publicação de *Metaphors we live by* (LAKOFF; JOHNSON, 1980), a metonímia conceptual, hoje considerada como sendo um instrumento fundamental da cognição humana, atraiu a atenção dos pesquisadores somente mais tarde.

Na linguística cognitiva, a metonímia é “um processo cognitivo que evoca um *frame*” (PANTHER; RADDEN, 1999, p. 9). Nessa perspectiva, “uma metonímia consiste em um conceito fonte, que, via uma pista no modo comunicativo (língua, imagens, música, som, gesto etc.), permite ao endereçado da metonímia inferir o conceito alvo com base em seu *frame*” (FORCEVILLE, 2009, p. 58).

Painter *et al.* (2013, p. 58) referem-se à natureza parcial da construção do significado visual, isto é, à impossibilidade de reproduzir todos os aspectos da realidade tridimensional estática ou em movimento, mas apenas capturar fragmentos do processo inteiro. Esse processo de redução e de abstração é explicado, segundo os autores, da perspectiva da recepção e da produção.

Na recepção, teóricos cognitivistas explicam que nosso conhecimento é estocado na memória na forma de *frames* (BARTLETT, 1932; SCHANK; ABELSON, 1977), e a nossa habilidade de inferir um *frame* inteiro a partir da menção de uma parte apenas do todo torna possível fazer sentido de afirmações aparentemente concisas, anômalas e desconexas. Da mesma forma, segundo Feng (2017), diante da impossibilidade de representar todos os membros de uma categoria em imagens visuais, todas as representações visuais são necessariamente parciais e, portanto, metonímicas. Essa questão está de acordo com a

proposta de que “na medida em que não dispomos de outros meios para significar e comunicar nossos conceitos a não ser pelo uso de formas, a língua, bem como outros sistemas de comunicação, é necessariamente metonímica” (KÖVECSES; RADDEN, 1999, p. 24). Quanto à produção, Norrick (1981), apoiando-se no princípio da parte-todo em sistemas de signos, afirma que não só um único momento pode fazer recuperar o todo, mas também que esse momento é pertinente sob uma perspectiva especial, o que faz o receptor concentrar a atenção a essa parte.

Tendo em vista essas considerações, Feng (2017) modela a realização visual da metonímia com base na teoria sociosemiótica de Halliday (HALLIDAY, 1978; HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004) e na gramática visual inspirada em Kress e van Leeuwen (2006). De acordo com Kress e van Leeuwen (2006), a imagem visual, assim como a língua, preenche três metafunções, ou seja, a representação do mundo da experiência (significado representacional), a interação entre os participantes representada pelo design visual e por seus espectadores (significado interativo) e os arranjos composicionais dos recursos visuais (significado composicional). Pode-se, portanto, segundo Feng, de modo semelhante à metonímia PALAVRAS PELOS CONCEITOS QUE EXPRESSAM (LAKOFF; TURNER, 1989, p. 108), estender o recurso das palavras aos recursos visuais (por exemplo, a aparência, as expressões faciais, as roupas dos personagens) e conseguir a metonímia geral de signo de RECURSOS VISUAIS POR SIGNIFICADO.

1.2 Metáfora

A metáfora e a metonímia são hoje consideradas artifícios cognitivos pragmáticos básicos e úteis da língua (PANTHER; THORNBURG, 2003). Elas são encontradas tanto no domínio do significado linguístico (semântica) quanto no domínio do uso linguístico (pragmática). Contudo, segundo Velasco-Sacristán (2010), apesar das reconhecidas funções desses tropos, o *status* da metáfora e da metonímia nem sempre tem sido o mesmo.

Para a linguística cognitiva, uma metáfora-chave para a transferência do significado é o mapeamento de um domínio fonte para o domínio alvo (LAKOFF, 1993). A estrutura de domínios da fonte concreta é mapeada no domínio do alvo abstrato, fato que traduz “a tendência humana de expressar noções abstratas por extensões metafóricas de

o alvo), a metáfora não é apenas uma questão de língua, mas também um conceito intimamente ligado ao pensamento e ao raciocínio, que leva a consequências sociopolíticas.

As metáforas conceituais e a coesão lexical influem em nossas experiências cognitivas e nos predispõem a ver aspectos da realidade de um certo modo, continua o autor. A análise da coesão lexical enfoca as repetições de itens lexicais relacionadas colocacionalmente, orientadas por metáforas dominantes, funcionam como temas organizacionais que criam um determinado entendimento de um evento.

Os “itens lexicais relacionadas colocacionalmente” (LI, 2010, p. 3454) são também conhecidos como “expressões metafóricas”. Charteris-Black (2004), mencionando o trabalho clássico *Metaphors We Live By*, de Lakoff e Johnson (1980), explica a diferença entre as noções de metáfora e de expressões metafóricas, cuja proposta básica é de que as expressões metafóricas seriam sistematicamente motivadas por metáforas subjacentes (ou conceituais), ou seja, que uma única ideia explicaria várias expressões metafóricas. Isso significa que muitas expressões metafóricas, como, por exemplo, “estar em uma encruzilhada”, “extraviar-se do caminho” em que o domínio da experiência (VIDA) é sistematicamente conceptualizada em termos de outro (VIAGEM), são motivadas pela metáfora conceptual, que tem a forma A é B (e.g. A VIDA É UMA VIAGEM).

Porém, mais recentemente, com o crescente interesse que a pesquisa sobre a metonímia tem atraído, algumas noções sofreram modificações ao menos em sua metalinguagem. No caso, o termo “expressões metafóricas” tem sido substituído por “metonimizicações” (VELASCO-SACRISTÁN (2010).

Voltando à proposta de Li, que analisa o editorial do The New York Times, referente aos protestos chineses contra o bombardeio da Embaixada Chinesa pelas forças da OTAN, vemos como a metáfora da ENCHENTE, motiva os itens em negrito, conforme mostra o Quadro 1.

QUADRO 1 – Metáfora da enchente

- | | |
|---|--|
| 1 | Amplos e raivosos protestos irromperam nas proximidades dos escritórios do governo americano em diversas cidades. |
| 2 | Os protestos marcaram um extraordinário momento em um país controlado em que essas explosões são normalmente proibidas. |
| 3 | Um grupo de 50 manifestantes invadiram as cercas policiais. |
| 4 | Eles estavam provavelmente despreparados diante da explosão de raiva que durou o dia todo. |
| 5 | Uma violenta onda de sentimento anti-americano foi desencadeada após o bombardeio. |

Fonte: Li (2010, p. 3454)

1.3 A relação metonímia-metáfora

Há uma relação importante para a análise dos memes, que diz respeito à relação entre metonímia e metáfora, do ponto de vista conceitual. As metáforas conceituais podem ser casos especiais da interação conceitual entre metonímia e metáfora, segundo Velasco-Sacristán (2010), com base em Taylor (1995, p. 138), para quem, todas as metáforas precisam necessariamente de metonimizacões subjacentes. Essa visão também apoia as ideias de Dirven (1993), Croft (1993), Barcelona (2000a, 2000b), Radden (2000) e Geeraerts (2003), sobre a existência de um *contínuum* metonímia-metáfora.

De acordo com Velasco-Sacristán (2010), o domínio (ou qualquer outro termo usado na literatura semântica-cognitiva, como *frame*), as relações contíguas, ou melhor, as relações conceitualmente associativas nesses domínios e as feições pragmáticas de inferência e de relevância são igualmente importantes e necessárias para demarcar a metonímia. Nesse sentido, a metonímia tem sido considerada um tipo fundamental do modelo cognitivo (i.e., um mapeamento intradomínio), baseado na relação conceitualmente contígua entre dois referentes – texto e *frame* – que podem ser usados para fins pragmáticos imediatos.

Assim, segundo Kövecses e Radden (1998) e Kövecses (2002), o valor pragmático da metonímia conceitual só pode ser apreciado, se aceitarmos uma visão conceitual de metonímia, que a livre de ser necessariamente referencial, levando em conta as abordagens tanto de domínio e de contiguidade semântica quanto de abordagens cognitiva-pragmática para a metonímia (BARCELONA, 2003a, 2003b).

Para Lakoff (1987, p. 79), “estereótipos sociais são casos de metonímia – em que uma subcategoria tem um status socialmente reconhecido como representativo de uma categoria como um todo, em geral objetivando o julgamento rápido sobre fatos”. Esses estereótipos servem como um modelo metonímico dentro de um domínio (i.e., PARTE PELO TODO) e são subsequentemente mapeados através de domínios por meio da metáfora.

Assim, com base em Velasco-Sacristán (2010), na publicidade da lâmina de barbear da Gillete, que teve Kaká como protagonista, a persuasão se fez pela metáfora conceptual *GILLETE É KAKÁ*,⁴ que, para tanto, dependeu da contiguidade metonímica (VELASCO-SACRISTÁN, 2010): Kaká = jovem de sucesso, bom moço, bonito, rico etc. Nesse sentido, a publicidade da cerveja DEVASSA, com Sandy, não obteve sucesso, pois a imagem da cantora não condizia, na comunidade a que se dirigiu, com a ideia transmitida pela palavra “devassa” (na metáfora *DEVASSA É SANDY*).

1.4 Linguística Sistêmico-Funcional

A análise dos memes conta com o apoio da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), uma proposta teórico-metodológica de Halliday (1985, 1994) e Halliday e Matthessen (2004) e seus colaboradores, cujas características fundamentais, que alistamos a seguir, possibilitam uma abordagem semântico-pragmática de textos. Por outro lado, como já fizemos ver, a LSF é adotada por Kress e van Leeuwen (2006), para a análise da imagem.

A LSF parte do princípio de que o uso da língua é funcional; sua função é construir significados; os significados são influenciados pelo contexto social e cultural em que são intercambiados; e o processo de uso da língua é um processo semiótico, um processo de fazer significado por meio de escolhas (EGGINS, 2004, p. 3). É por essas razões que a LSF é descrita como uma teoria que procura entender como as pessoas usam a língua em diferentes contextos sociais, para fazer sentido do mundo e de cada um (EGGINS, 2004, p. 20). Para classificar os tipos e significados gerados pelos atores sociais, a LSF concebe a língua como a expressão de três significados – ou metafunções – simultâneos: ideacional, interpessoal e textual (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; MARTIN, 2000).

⁴ http://suapele.terra.com.br/interna.php?id_conteudo=135&pagina=3.

Metafunção interpessoal – A oração, além de informar (metafunção ideacional), está organizada como um evento interativo, envolvendo as relações sociais com respeito à função da oração no diálogo, o que inclui as ações de dar ou pedir informação ou bens & serviços. A metafunção interpessoal abrange os sistemas gramaticais de: *mood*⁵ (sujeito e finito – este envolvendo o tempo primário e a modalidade) além do resíduo (constituído por predicador, complemento e adjunto). O *mood* estabelece as relações entre papéis de falante e ouvinte, por meio de verbos modais ou adjuntos modais, além do tempo primário e da modalidade, conforme Quadro 3.

QUADRO 3 – Metafunção Interpessoal

<i>Mood</i>		Resíduo
Sujeito	Finito	
(a) João	precisa (<u>modalidade</u>)	estudar a lição
(b) João	-va (<u>tempo primário</u>)	estuda- a lição

Fonte: Adaptado de Halliday (1994)

A modalidade expressa a avaliação dos interlocutores sobre o conteúdo da mensagem, bem como do interlocutor, conforme Quadro 4.

QUADRO 4 – Modalidade (Entre o SIM e o NÃO)

Modalidade	
Modalização	<u>Probabilidade</u> (epistêmica): <i>talvez</i>
	<u>Frequência</u> : <i>geralmente, sempre</i>
Modulação	<u>Obrigação</u> (deôntica): <i>deve, precisa</i>
	<u>Desejabilidade</u> : <i>quero</i>

Adaptado de: Halliday (1994)

Metafunção textual – A metafunção textual organiza as metafunções ideacionais e interpessoais de uma oração, trabalhando os significados advindos da ordem das palavras na oração, para que

⁵ Mantivemos o termo original *mood*, já que sua tradução como “Modo” com inicial maiúscula, como tem sido proposto, pode causar confusão com “Modo”, variável de registro quando em início de oração.

a informação possa ser compartilhada pelo falante e seu interlocutor, proporcionando os recursos para guiar a permuta dos significados no texto. Assim, as condições textuais, tais como, tematicidade, novidade, continuidade, contraste e recuperabilidade são designadas por sistemas textuais.

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 crítica do discurso. Imprescindível também é a consideração da relação entre língua e contexto. Os contextos que afetam a língua, para os sistemicistas, são sociais: (a) gênero (contexto cultural), (b) registro (contexto situacional) e (c) contexto ideológico.

1.4.1 Avaliatividade explícita e implícita

A metafunção interpessoal tem recebido muitas contribuições que ampliaram seu campo de atuação. Assim, para Martin (2000), a interação envolve mais que uma simples troca de bens e serviços ou de informação, como propõe a LSF, pois é possível detectar, na interlocução, outros elementos que evidenciam a maneira como as pessoas estão se sentindo, como elas julgam outras pessoas ou como apreciam determinado objeto. Assim, o autor propõe o sistema da avaliatividade (tradução de *appraisal*) para mapear os recursos usados para avaliar a experiência social (MARTIN, 2000; MARTIN, 2003; WHITE, 2003), recursos esses que são realizados por meio de várias estruturas lexicogramaticais. A avaliatividade comporta três subsistemas: atitude, engajamento e graduação, a seguir explicitados.

A atitude inclui: afeto, julgamento, apreciação e avaliação social. O afeto envolve um conjunto de recursos linguísticos para avaliar a experiência em termos afetivos, para indicar o efeito emocional positivo ou negativo de um evento; o julgamento: envolve significados que servem para avaliar eticamente o comportamento humano com referência a normas que regem o modo como as pessoas devem ou não agir; a apreciação: constrói a qualidade estética das coisas, dos processos semióticos do texto; e, finalmente, a avaliação social, incluída na apreciação (COFFIN; O'HALLORAN, 2006), refere-se à avaliação positiva ou negativa de produtos, atividades, processos ou fenômenos sociais.

O engajamento é um conjunto de recursos que capacita o escritor (ou o falante) a tomar uma posição pela qual sua audiência é construída como: ou partilhando a mesma e única visão de mundo – monoglossia – ou a adotar uma posição que explicitamente reconhece a diversidade de outras vozes – heteroglossia. A graduação envolve um conjunto de recursos para aumentar ou diminuir a intensidade da avaliação.

A expressão do significado avaliativo pode ser realizada de modo explícito ou implícito, acumulando-se dinamicamente através do texto pelo fenômeno da prosódia (LEMKE, 1998), constituindo as metarrelações (MACKEN-HORARIK, 2003), ou seja, a construção da avaliativa ao longo do texto. Por outro lado, Martin chama a atenção para o que ele denomina de “*token* de atitude”, a avaliatividade que depende de contexto para ser avaliada como positiva ou negativa, fato que possibilita significados ideacionais, que não usam léxico avaliativo, serem usados para evocar a atitude.

A análise dos memes mostra que o *token* marca em geral o uso da ironia, que possibilita ao autor do texto não dizer diretamente seu posicionamento. É assim que a comunicação política usa significados aparentemente neutros, mas que devem ser entendidos como uma mensagem negativa (ou positiva) pela comunidade alvo (MANNING, 2004).

Isso dito, passamos a apresentar uma proposta para a análise multimodal enfocando a imagem e a cor.

1.5 Multimodalidade

A publicidade pode recorrer não só ao texto verbal, mas também à imagem e outros recursos como a cor, a voz, o movimento, em seu intuito persuasivo. Nessa perspectiva, para que a comunicação seja efetivada, o leitor deverá fazer uma leitura conjunta do texto. A propósito, diante da variedade desses recursos, questiona-se, hoje, a própria definição de texto. Assim, Adami e Kress (2014, p. 231), por exemplo, exploram questões que envolvem o significado de “texto” e “o que seria incluído em sua definição em um mundo multimodal”.

Por outro lado, diante da dificuldade que cerca a análise do texto multimodal para quem trabalha com ferramentas linguísticas destinadas para o texto verbal, Macken-Horarik (2004) propõe o desenvolvimento de uma gramática semiótica adequada para a análise do discurso multimodal,

tendo como apoio a LSF, que, segundo a autora, tem-se revelado útil em vários aspectos:

- a) a relação das estruturas linguísticas com os processos sociais faz da LSF um recurso útil para o estudo mais amplo de diferentes modos semióticos;
- b) como uma gramática, a LSF permite mapear não apenas palavras, mas a combinação de palavras, e interpreta esses sintagmas linguísticos em termos funcionais;
- c) a análise de imagens tem se detido em itens de conteúdo, ou “léxico”, e não na estrutura interna das imagens, ou “sintaxe”. Essa é uma tarefa importante se quisermos desenvolver uma “gramática” que nos possibilite a relação entre as estruturas linguísticas e não linguísticas (KRESS *et al.*, 1997, p. 260);
- d) a LSF é uma gramática orientada para escolhas em vez de regras. As escolhas linguísticas são modeladas em termos de sistema de redes – uma gama de opções relacionadas a diferentes significados, que são realizadas por uma seleção lexicogramatical (tipos de oração e frases); e
- e) a LSF incorpora três tipos de significados na análise da comunicação humana, as metafunções que forneceram aos semioticistas categorias abstratas e gerais para a análise de diferentes sistemas semióticos.

Macken-Horarik (2004), na análise do texto verbo-visual, refere-se à proposta de Kress e van Leeuwen (2006), que adaptam o modelo da LSF, também levando em conta os três sistemas para análise do significado nas imagens interativas, incluindo:

- a) o sistema de contato, por meio do qual a imagem age sobre o expectador de alguma maneira (exigindo uma resposta ou oferecendo uma “informação” visual);
- b) o sistema de distância social, por meio do qual o espectador é convidado a aproximar-se dos participantes representados (distância social íntima), mantida a uma distância razoável (distância social) ou na posição de afastamento (distância impessoal);

- c) e dois grupos de sistemas dentro de atitude:
 - (i) dimensão horizontal, que cria envolvimento dos espectadores (por meio da frontalidade) ou do afastamento (por meio da lateralidade);
 - (ii) dimensão vertical, que cria a relação de poder entre o espectador e os participantes representados (hierárquico ou solidário).

1.5.1 O texto multimodal e a cor como recurso semiótico

Na análise multimodal dos memes, a cor completa o significado do texto como um todo. A cor “significa”, afirmam Kress e van Leeuwen (2002, p. 343). Assim, vermelho é para o perigo e verde para a esperança. Na maior parte da Europa, o preto é luto, embora em partes do norte de Portugal, e talvez em outras partes da Europa, as noivas usem vestido preto no dia do casamento. Na China e em outras partes do leste da Ásia, o branco é a cor do luto, mas na maior parte da Europa, branco é a cor da pureza, usada pela noiva em seu casamento. Contrastes como esses confundem nossa confiança na segurança do significado da cor e seus termos. A tarefa é então entender as diferentes motivações e interesses desses produtores de signos em diferentes grupos, sejam eles pequenos ou grandes, locais ou globais.

Kress e van Leeuwen (2002) propõem a LSF para explicar as funções da cor. Começando com a função ideacional, a cor pode claramente ser usada para denotar pessoas específicas, lugares e coisas, bem como classes de pessoas, lugares e ideias gerais. As cores das bandeiras, por exemplo, denotam nações específicas, e as corporações usam cada vez mais cores específicas ou esquemas de cores para denotar suas identidades únicas.

A cor é também usada para expressar o significado interpessoal. Assim como a língua permite realizar atos de fala, também a cor nos permite realizar “atos de cor”. A cor é usada para fazer coisas uns para os outros, como por exemplo, impressionar ou intimidar por meio da “roupa de poder”, para alertar sobre obstruções e outros riscos, para conter as pessoas, ou, ainda descobrir que a cor rosa relaxa indivíduos hostis e agressivos em 15 minutos (KRESS; van LEEUWEEN, 2002, p. 345; LACY, 1996, p. 89).

Finalmente, a cor também pode funcionar no nível da função textual. Assim em muitos edifícios, as diferentes cores das portas e outras características, por um lado distinguem diferentes departamentos, enquanto, por outro lado, criam unidade e coerência dentro desses departamentos, então a cor também pode ajudar a criar coerência nos textos. A coesão textual também pode ser promovida pela “coordenação de cores”, e não pela repetição de uma única cor (KRESS; van LEEUWEEN, 2002, p. 347).

2 Metodologia

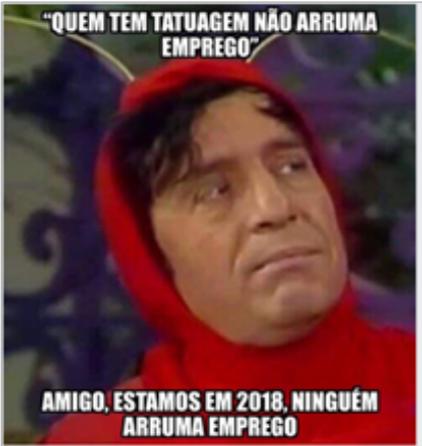
O meme é um texto multimodal, um composto verbo-visual, que se move do centro de gravidade de preocupações linguísticas para as preocupações da semiótica. Assim sendo, para se chegar ao seu significado global, ele exige uma análise em que se considere a união desses modos. Nesse sentido, a análise do texto verbal teve o apoio da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) e a análise da imagem, incluindo a cor, o apoio da Gramática Visual Sociosemiótica (GVS).

A partir da LSF, procuramos entender de que modo os autores dos memes utilizaram a língua em cada um dos contextos, examinando as escolhas lexicogramaticais feitas na microestrutura do texto. Complementarmente, foi feita a análise do texto visual, na esteira da proposta da GVS, apoiada na teoria da LSF.

2.1 Dados

Dentre os memes selecionados no Facebook, com variada composição, foram selecionados dois deles para este artigo, ambos multimodais aliando verbal, imagem e cor. Em termos de temática, um dos memes, com Chapolin Colorado, faz referência ao desemprego e o outro com Mun-ha, à reforma da Previdência Social. Apresento a seguir, no Quadro 5, os dois memes escolhidos:

QUADRO 5 – Memes Analisados

1. Chapolin Colorado	2. Chapeuzinho Vermelho e Mun-ha
 <p data-bbox="174 746 565 794">https://www.facebook.com/ChapolinSincero/posts/1855601434525319 (12.4.2018)</p>	<p data-bbox="609 327 1036 475">Alguns vão dizer que este é o Mun-ha, personagem do anime Thundercats, mas a verdade que esta é a Chapeuzinho Vermelho dando entrada em sua aposentadoria de acordo com as novas regras da previdência social.</p>  <p data-bbox="616 746 1032 794">http://www.facebook.com/professoressofredores (11.1.2018)</p>

2.2 Procedimentos de análise

Para responder às perguntas de pesquisa – (a) Como é feita a persuasão implícita em memes verbo-visuais? (b) Qual é o papel da metonímia e da metáfora nesse processo? (c) Como pode a LSF por meio da transitividade e da avaliatividade contribuir no processo persuasivo implícito dos memes? –, foram adotados os seguintes procedimentos:

- a) na tentativa diminuir a subjetividade da análise da avaliatividade (GOATLY, 1997), foi feito o exame do registro (contexto situacional) em suas variáveis: campo (o assunto), relações (os interactantes) e modo (o significado que advém da ordem dos elementos no texto);
- b) a análise da verbiagem foi feita de acordo com a sinalização seguinte:
 - transitividade (da metafunção ideacional) (HALLIDAY, 1994): a análise é feita na 1ª. linha após o trecho focalizado, sendo:

- o processo indicado por letras maiúsculas; participantes e circunstâncias, em minúscula, sublinhados;
- avaliatividade (MARTIN, 2003) e modalidade (da metafunção interpessoal): os elementos analisados são negritados e têm sua análise expressa na linha abaixo da análise da transitividade e indicadas por (+) se positiva ou (-) se negativa; a graduação por (↑), se for de força maior, e por (↓), se menor;
 - análise da metáfora na esteira de Li (2010), negritando as repetições de itens lexicais (tanto os expressos quanto os implícitos recuperados com base no contexto situacional) relacionados colocacionalmente, que constroem metáforas dominantes, funcionando como temas organizacionais que criam um determinado entendimento de um evento.
- c) a análise da imagem (KRESS; van LEEUWEN, 2006), examinando o significado das imagens e das cores que compõem o meme, na seguinte ordem:
- contato;
 - distância social;
 - dimensão (horizontal e vertical);
 - cor.
- d) discussão geral dos resultados da análise do meme, examinando a relação metonímia metáfora, tendo em conta a presença dos recursos persuasivos de implicitude.

3 Análise dos recursos verbais, imagéticos e de cor

Iniciamos as análises dos meme Chapolin Colorado e de Munhá/Chapeuzinho Vermelho. Os memes serão analisados inicialmente com foco no texto verbal, seguindo-se a análise da imagem e da cor e, finalmente, a relação entre metonímia e metáfora.

3.1 Chapolin Colorado



<https://www.facebook.com/Chapolin Sincero/posts/1855601434525319>
(12.4.2018)

3.1.1 Análise do registro: contexto situacional

O exame de registro analisa as variáveis de campo (informação), relação (Chapolin e leitores) e modo (significado oriundo da ordem dos modos imagem e verbal), a fim de situar contextualmente o significado do meme.

O **campo** traz Chapolin Colorado, conhecido personagem de seriado infanto-juvenil – um herói atrapalhado, medroso, mas dotado de muita inteligência, senso de heroísmo e de responsabilidade social – e trata da crítica referente à alienação de alguns brasileiros que não percebem a seriedade do problema do desemprego no país, ludibriados que são pelos governantes. Nesse sentido, a escolha de Chapolin é feliz, pois implica sem dizer, os vários preenchimentos de significado que o meme deixa a cargo do leitor.

A **relação** traz Chapolin e sua visão crítica da realidade. O herói dirige-se ao leitor chamando-o de “amigo”, dando a entender que estamos “nós” fora do mercado de trabalho, enquanto “eles” não conhecem essa amarga realidade, uma visão dicotômica entre “nós” e “eles” (FOWLER, 1991).

O **modo** traz como tema – o primeiro elemento da oração bem como o sujeito psicológico que guia o leitor através do texto, influenciando na sua interpretação – o espectador: “quem tem tatuagem”, “Amigo” e “ninguém”, ou seja, “todos”, de alguma forma, sofrerão a tragédia do desemprego.

3.1.2 Análise e discussão do texto verbal

Para facilitar o acompanhamento da análise, repetimos a seguir a codificação.

Codificação da análise

Na primeira linha após o texto, é feita a análise da transitividade, marcando processo com maiúscula; participantes em minúscula, sublinhados;

Na segunda, é feita a análise da avaliatividade, marcando: com negrito os termos avaliados; com (+) ou com (-) as atitudes positivas ou negativas respectivamente; e com os sinais ↑ para graduação forte e ↓ para fraca.

“Quem Portador* Apreciação (-) <i>token</i>	TEM RELACIONAL ESTAMOS RELACIONAL Afeto (-) <i>token</i>	tatuagem Atributo em 2018. Circunstância Avaliação Social (-) <i>token</i>	não ARRUMA MATERIAL Avaliação Social (-)	emprego. ” Meta
Amigo, Vocativo				
ninguém Ator	ARRUMA MATERIAL	emprego Meta		
(↑)	Avaliação Social (-)			

* Quem tem tatuagem = Ator

A primeira ocorrência de texto verbal está entre aspas (“Quem tem tatuagem não arruma emprego”), sugerindo que a afirmação não é de Chapolin. O texto verbal não informa seu autor, mas, nesse contexto, o

ano de “2018”, o meme espera que o leitor, graças ao seu *frame*, complete esse vão implícito. A segunda ocorrência traz a contra-fala de Chapolín, para quem não apenas “quem tem tatuagem”, mas “ninguém” arruma emprego. Eis o alerta de Chapolín, que, entre a crítica e a preocupação, tenta mostrar à população que – de alguma forma – toda a população será afetada pela crise. E, aqui, via metonímia, pode-se supor que essa crise econômica, em muito se deve às falcatruas cometidas por várias figuras que cotidianamente circulam pelas páginas da mídia, enfrentando prisão por roubo, peculato e acusação de todas as naturezas.

A análise da transitividade mostra dois processos: relacionais e materiais. Os relacionais têm como portador ora o leitor com um atributo, “tatuagem”, ora o leitor situado “em 2018”, reunindo características que levam a “ninguém”. Esse “ninguém” é ator no processo material, mas em processo negatizado “ninguém arruma”, fato que inverte sua atuação como autor e o coloca como vítima/meta do desemprego. O tom irônico que parece transparecer em “Amigo”, sugere também o desalento de quem tenta em vão persuadir o leitor: “Como pode você não perceber a gravidade da situação?”, uma manifestação de julgamento ético negativo para quem acredita em justificativas sem nenhum sentido.

Aliás, a análise mostra que todas as avaliatividades são negativas, marcadas como *tokens* de atitude (no caso, de afeto, de apreciação e de avaliação social), indicando que os termos assim marcados são negativos no contexto que situa o meme. Por meio desses *tokens*, o meme espera denunciar o fato de que, infelizmente, qualquer desculpa irracional é válida nessa crise econômica que o Brasil atravessa. O meme é irônico e monoglóssic, e tenta, em uma concisão, conscientizar o leitor sobre a desfaçatez das justificativas que têm sido usadas para desviar o rumo do discurso, na tentativa de ocultar a verdade da atual grave situação de desemprego, que atinge 13 milhões de brasileiros.

Os significados recuperados – desde o efeito das aspas, indicando a fala de provável autor e incluindo a justificativa hipócrita aí inserida, mostram o efeito metonímico, que realiza a relação entre as escolhas linguísticas do texto com o conhecimento de mundo do leitor. Este gênero discursivo, ao evocar um *frame*”, possibilita a inferência de um texto inteiro a partir da menção de uma parte apenas do todo o que torna possível fazer sentido de afirmações aparentemente anômalas e desconexas (PANTHER; RADDEN, 1999, p. 9). Nesse contexto, é possível recuperar a premissa não-impressa, ou entimema (LAUERBACH, 2007), em que

o texto menciona a segunda premissa, e o receptor completa o silogismo com a primeira premissa e a conclusão, com o apoio de seu *frame*:

1ª. premissa: Toda justificativa hipócrita de desemprego engana o povo.

2ª. premissa: As autoridades justificam com hipocrisia o desemprego.

Conclusão: As autoridades enganam o povo.

3.1.3 Análise e discussão da imagem e da cor

A análise da imagem segue amparada em Kress e van Leeuwen (2006), que adaptam o modelo da LSF – (a) ideacional (informação), (b) interpessoal (relação) e (c) textual (disposição das palavras para expressar as demais metafunções), para o exame do significado das imagens e das cores, analisando, respectivamente: (a) contato; (b) distância social; (c) dimensão (horizontal e vertical).

Contato: O meme apresenta o herói cômico Chapolin, que, sem encarar o receptor, tem seu olhar direcionado lateralmente, como que profundamente absorto, com o pensamento longe, após entrar em contato com os dizeres da oração entre aspas. Essa reação é comum no personagem, quando enfrenta situações absurdas, tal como nesta em que os patrões utilizam subterfúgios infames para anunciar a demissão ou a recusa de pedido de emprego. A escolha de Chapolin nesse meme é feliz porque permite dizer o não-dito, por conta da personalidade do conhecido personagem.

Distância social: O enquadramento da cena traz uma imagem retratada em plano fechado, mostrando apenas a cabeça e os ombros do Chapolin. Sua posição, com o olhar longínquo, não significa que ele esteja distanciando-se do leitor, mas, sim, que ele pensa no destino do povo brasileiro, envolvido em futuro incerto. Assim, instigado pelas palavras que ouve, responde de modo consciente e irônico na tentativa de, através da junção dos modos verbo-visual, persuadir o leitor sobre a real causa do desemprego no país.

Dimensão: No plano horizontal, o herói aparece com a cabeça virada para a direita do leitor, como se o convidasse a olhar para o outro lado da realidade, para um futuro não tão longínquo, que parece incerto e difícil. Em relação ao ângulo vertical, a ordem de surgimento no meme é significativa em termos da metafunção textual: inicia-se com a justificativa dada para o desemprego, entre aspas, para mostrar como as

autoridades têm agido diante da crise, seguido da reação de Chapolin ante o absurdo dessa esquivia sem sentido, para, finalmente, apresentar a verdade ditada pelo nosso herói. O *close* focalizando o rosto de Chapolin aproxima a imagem na altura do espectador, ocupando praticamente toda tela de modo a aumentá-la, o que sugere a ampla sabedoria que o herói manifesta em relação ao seu interlocutor, fato que o capacita a persuadi-lo a aderir à sua crítica social.

Cor: Kress e van Leeuwen (2002) propõem a LSF para explicar as funções da cor, também por meio das três metafunções ideacional, interpessoal e textual. No caso, a começar pela função ideacional, vê-se indistintamente uma grade acinzentada, em que sobressai a figura de Chapolin. Ele se veste de vermelho, cor que pode sugerir várias interpretações, mas considerando a escolha desse personagem, que é também conhecido pelo seu lado de palhaço – o que faz lembrar Chaplin/palhaço e sua consciência social – a tendência é ver o vermelho sugerindo essa faceta.

Em termos interpessoais, o meme deixa uma advertência para o espectador: Somos os palhaços enganados pelos governantes com desculpas sem sentido, mas, felizmente, há pessoas como Chapolin, que, conscientes da verdade, faz-nos abrir os olhos para evitar um trágico porvir.

Em termos textuais, que examina o texto pela ordem em que se colocam as figuras, a cor vermelha faz sobressair a imagem de Chapolin, no fundo cinza difuso das grades. O vermelho ilumina o herói, como se sua percepção da realidade fosse uma luz a iluminar o país, enquanto o cinza vago e indistinto representaria a incompetência e a hipocrisia das lideranças do país.

3.1.4 Análise da metáfora – A metáfora da MENTIRA

“Quem tem **tatuagem não arruma emprego**”

Amigo, estamos **em 2018, ninguém** arruma emprego

Segundo Li (2010), a análise da coesão lexical enfoca as repetições de itens lexicais relacionadas colocacionalmente que constroem metáforas dominantes, funcionando como temas organizacionais que criam um determinado entendimento de um evento.

No caso do meme em discussão, os itens lexicais negritados acima surgem na seguinte ordem no texto: “**tatuagem**” (desculpa do governo)

→ “**em 2018**” (contexto da desculpa) → “**ninguém**” (verdade), ou seja, a desculpa das autoridades não se justifica: é mentirosa, ela tenta enganar o povo e, mais, tenta jogar a culpa do desemprego na tatuagem e, por extensão, ao seu usuário, o povo.

Essas interpretações baseadas no verbal são favorecidas pela imagem e pela cor: a imagem de Chapolin vestido de vermelho, o palhaço querido do público, confere confiança às suas palavras, facilitando a persuasão implícita. Ou seja, o significado do meme é a soma de três modos e é dessa forma que ajuda a recuperar o conteúdo implícito dos itens negritados, as metonimizicações, sistematicamente motivadas pela metáfora subjacente ou conceptual, a metáfora da MENTIRA dos governantes, expressando a essência da mensagem do meme.

3.2 Chapeuzinho Vermelho e Mun-ha



<http://www.facebook.com/professoressofredores>

(11.1.2018)

3.2.1 Contexto situacional – Análise do registro

A análise de registro, constituído por campo, relação e modo, desenha o contexto em que o meme foi construído e ajuda a diminuir o subjetivismo da análise (GOATLY, 1997).

No caso, o **campo** (assunto) refere-se à crítica ao projeto de reforma da Previdência Social (2017), assunto sobejamente conhecido e lamentado pelo povo brasileiro, proposto no governo de Michel Temer, e mostra Mun-ha, uma múmia, o demônio das trevas, representando a

Chapeuzinho Vermelho no fim dos seus dias, se depender das novas regras da Previdência para se aposentar.

Em termos de **relação** (tendo em vista o leitor), o meme insinua que Chapeuzinho Vermelho é a representação de todo brasileiro jovem, enquanto Mun-ha é Chapeuzinho, mais tarde, na época que recorrer à aposentadoria, sob as novas regras da Previdência Social. O meme recorre a personagens cujas características são conhecidas pelo espectador, esperando persuadir o espectador sobre os maus efeitos da reforma.

Em termos de **modo**, vê-se Mun-ha/Chapeuzinho Vermelho sozinho, contra um fundo incolor, vazio, que sugere a falta de recursos, o nada, tal como estará o trabalhador brasileiro ao ter direito, finalmente, à aposentadoria via novas regras da Previdência Social.

3.2.2 Análise e discussão do texto verbal

Alguns vão dizer que este é o Mun-ha, personagem do anime Thundercats, mas a verdade que esta é a Chapeuzinho Vermelho dando entrada em sua aposentadoria de acordo com as novas regras de previdência social.

Alguns vão DIZER que este É o Mun-ha, Dizente VERBAL Identificado RELACIONAL Identificador
Julgamento (-)
personagem do anime Thundercats, mas <u>a verdade</u> É que Atributo Circunstância (na realidade).
Avaliação Social (-)
que esta É a Chapeuzinho Vermelho Identificado RELACIONAL Identificador
Julgamento (-) <i>token</i>
DANDO ENTRADA em sua aposentadoria MATERIAL (=Pleiteando) Meta
Avaliação Social (-) <i>token</i> Avaliação Social (-) <i>token</i>
de acordo com as novas regras da previdência social. Circunstância
Avaliação Social (-) <i>token</i>

A análise do texto verbal revela que, em termos ideacionais, processos relacionais de identificação anunciam dois personagens, convertidos em um só, Mun-ha, espírito do mal e personagem vilão da série de animação *ThunderCats*, popular na década de 1980, e Chapeuzinho Vermelho, conhecida personagem de histórias infantis. A menina representa o brasileiro, jovem, em plena atividade, contribuindo com a cota mensal de seu trabalho, esperando ser recompensado em sua velhice pela Previdência Social. Daí Chapeuzinho ser marcada com *token* de julgamento negativo, porque, aqui, ela simboliza, ironicamente, o brasileiro jovem desprevenido e despreocupado. Outros *tokens*, estes de avaliação social negativa, da mesma forma recorrem à ironia para, implicitamente, sugerir o ridículo da esperança do brasileiro em relação à reforma.

Assim, quando já idosa, Chapeuzinho/Mun-ha “dá entrada”. Esse “dar” é um processo material em que Chapeuzinho seria seu ator; porém, a realidade é bem outra: ela é vítima/meta, já que foi enganada pela reforma, esta sim o ator. Ao fim de longa luta diária, o que espera o contribuinte brasileiro não é a aposentadoria merecida, mas sim Mun-ha, a múmia, ponto final para qualquer esperança. Aqui o meme lança mão, com vistas à persuasão implícita, da falácia do futuro hipotético (REYES, 2017), recorrendo a uma previsão aterrorizante, na tentativa de conclamar o público a não aceitar a reforma.

Em termos interpessoais, o meme dirige-se ao leitor, de maneira indireta, referindo-se com um irônico “alguns”, quando, na realidade, a mensagem refere-se a todos os trabalhadores brasileiros dependentes da Previdência Social. Essa realidade é recuperada pela contiguidade metonímica: assim, não serão “alguns”, mas “todos”: todos serão Mun-ha, uma caquética múmia presente no *frame* do leitor, sugere o meme, se aceitarem as novas regras da Previdência Social. A intenção do meme traduz-se no fato de que não é o Mun-ha, que deve assustar o leitor, mas, sim, a transformação da Chapeuzinho em Mun-ha.

Em termos textuais, a presença de Mun-ha, encarando o espectador, cria um contexto de trevas e horror, que envolve igualmente a Chapeuzinho Vermelho, a linda e inocente menina – “nós” na juventude. Esse efeito de oposição traduz a persuasão via emoção de medo, que cria um panorama eficiente no processo persuasivo construído pelo meme.

3.2.3 Análise e discussão da imagem e da cor

A análise é feita na esteira de Kress e van Leeuwen (2006), que adaptam o modelo das metafunções da LSF, conforme se segue.

Contato: O meme mostra uma figura que une duas imagens contrastantes: uma horrenda múmia vestindo uma capa vermelha. A capa lembra a Chapeuzinho Vermelho, presente no *frame* da maioria dos brasileiros, mas ao mesmo tempo a imagem mostra as ataduras em trapos da múmia, esvoaçando pelo ar. Este contraste diz sem dizer em que se transformarão os trabalhadores, quando, finalmente, após longos anos de trabalho puderem solicitar a merecida aposentadoria.

Distância social: Os braços abertos da Mun-ha mostram a proximidade da múmia com o leitor, sugerindo que seu triste fim não está longe. Nenhum trabalhador escapará desse encontro fatal, ninguém conseguirá esperar até o momento da obtenção dos benefícios previdenciários, pois a lei os obrigará a trabalhar até a morte. A capa vermelha, apenas jogada nas costas de Mun-ha, facilmente será descartada: longe estará a Chapeuzinho quando esse fim chegar.

Dimensão: A mista figura coloca-se, horizontalmente, na altura em que se encontra o leitor, sugerindo a quase intimidade que une Mun-ha disfarçado e o espectador. Assim, não se há de imaginar que o triste fim esteja longe: o desamparo, a doença, a fome, tudo atingirá a todos, muito mais rapidamente do que se imagina. Convicção (via lei da reforma) e sedução (via temor do fim), fatores que têm receptividade no *frame* do leitor, unem-se no meme para persuadir o povo brasileiro. De alguma forma, todos serão atingidos.

Cor: A múmia veste uma capa em vermelho vivo e luminoso, tal qual a vida dos que, inconscientes, não se importam com o futuro previdenciário. Em fulminante contraste, a múmia ostenta um cinza, cor que sugere tristeza e abandono, um cinza que se destaca no negro do interior da capa, tons depressivos de luto e morte. Este seria o fim daqueles que aceitam a reforma da Previdência. Não se deixem enganar, parece dizer o meme, Chapeuzinho Vermelho e Mun-ha representam as pontas de uma única realidade para quem confiar na reforma que se aproxima.

3.2.4 Análise da metáfora – A metáfora da MORTE

Alguns vão dizer que este é o **Mun-ha**, personagem do anime Thundercats, mas a **verdade** que esta é a **Chapeuzinho Vermelho dando entrada** em sua **aposentadoria** de acordo com as **novas regras de previdência social**.

Na esteira de Li (2010), as escolhas lexicogramaticais do meme, relacionam-se colocacionalmente em termos de avaliatividade negativa. Segundo o autor, esses itens são produzidos por metáforas conceptuais, que funcionam como temas organizacionais, para assim criarem um determinado entendimento de um evento. Esses itens são as metonimizadas ou expressões metafóricas, sistematicamente motivadas por metáforas subjacentes (ou conceptuais), ou seja, uma única ideia – a metáfora – explicaria várias expressões metafóricas.

No caso do meme em discussão, os itens negritos – marcados com avaliatividade negativa nesse contexto – recuperam por contiguidade realizada no *frame* do espectador, outros itens lexicais a eles relacionados. Assim, “alguns” refere-se a **desprecaivos**; “Mun-há” lembra **maldade**; “Chapeuzinho Vermelho”, a **imagem linda e fresca de uma menina**; “dando entrada em sua aposentadoria” mostra o contraste entre **hoje e amanhã**; “novas regras da PS”, a **negação de direito**.

Essas interpretações têm o apoio feliz de imagens que intensificam a força do texto verbal, formando um todo, aliando o meme ao *frame* do leitor. A ação desse conjunto, segundo espera o autor do meme, deve persuadir de maneira implícita o leitor, pela metáfora conceptual subjacente da MORTE, que motivou as metonimizadas marcadas em negrito na análise, para anunciar a essência da mensagem mêmica.

3.3 Discussão geral dos resultados das análises

Para persuadir o leitor, os memes analisados associam os modos verbal e visual, em texto multimodal, recorrendo ou à imagem de Chapolin Colorado, conhecido pela sua inteligência em interpretar fatos da vida cotidiana, a fim de garantir credibilidade e empatia; ou à imagem aterrorizante da múmia Mun-há, o demônio das trevas, tendo nos ombros a capa vermelha que traz Chapeuzinho Vermelho ao contexto. Este contraste entre juventude e morte **é feliz** em sua **eficácia** persuasiva, tornando visível a transformação do leitor incauto em um cadáver, caso acredite na reforma da Previdência Social.

A análise do meme com o Chapolin revela duas visões opostas acerca das causas do desemprego. A primeira ideia vem exposta na fala preconceituosa daqueles que insistem em justificar o desemprego, apontando, por exemplo, para o visual “fora do padrão” (a tatuagem) das pessoas. Por outro lado, a segunda ideia vem retratada na fala consciente do Chapolin, apontando para um problema muito mais sério, que não se resume à atitude de quem busca uma colocação no mercado, mas à grave crise econômica e social, que leva empresas à falência fechando postos de trabalho por todo o Brasil, igualmente vítimas da situação.

Nesse sentido, a análise do meme com o Mun-há mostra uma realidade cruel sem retorno e da qual ninguém escaparia. Triste é o fato de que no *frame* do brasileiro há a certeza de que alguns privilegiados não terão esse fim, aqueles que podem desfrutar de uma vida saudável, graças à boa situação financeira e à saúde que lhe proporciona a ciência, enquanto que outros, se chegarem à aposentadoria, estarão doentes ou estarão na rua. Sabe-se que 55 milhões de brasileiros vivem situação de pobreza extrema.

Notemos como o diminuto meme pode suscitar no leitor, via metonímia, um significado muito mais amplo do que ocorre de maneira explícita. Quantas empresas fecharam suas portas, quantas famílias ficaram sem condições de atender necessidades de educação e saúde devido ao desemprego. Mas esses são problemas tornados invisíveis pela pompa de uma Copa do Mundo e seus estádios monumentais construídos Brasil a fora além de outros desmandos das autoridades, fartamente revelados pela mídia. É esse conteúdo que as metonimizadas fazem passar o meme, expressando a metáfora conceptual da MENTIRA.

Por seu lado, Mun-ha/Chapeuzinho tenta alertar o público para as consequências da reforma da Previdência Social, que protela o momento do direito à aposentadoria, o que representa no *frame* do leitor a sentença trágica: esse momento virá tarde demais, pois estaremos velho e doente para desfrutar desse direito ou já teremos morrido. Assim, a análise mostra que as escolhas verbo-visuais do meme, as metonimizadas, são sistematicamente motivadas pela metáfora da MORTE.

O meme, um gênero aparentemente divertido e sem grandes consequências, pode encerrar em sua subjacência questões sérias para a vida da população, ao mostrar a existência de interesses obscuros que impedem o povo de enxergar a verdadeira realidade. Tal é o processo de menção e ocultação, cuja distinção é importante na interpretação de um meme.

Infelizmente, como dizem Luchjenbroers e Aldridge (2007), não se pode esperar que o público seja crítico e analítico a respeito do que ouvem, o que o torna presa fácil de manipulações, como mostram as escolhas lexicais feitas nos memes, obviamente para isso.

Considerações Finais

Nos casos analisados, percebe-se que o sucesso do meme é o resultado de um texto cujo significado é a soma de três modos, não se podendo dizer qual deles é superior ou mais eficaz em termos de persuasão. Tentamos responder às perguntas: (a) Como é feita a persuasão implícita em memes verbo-visuais? (b) Qual é o papel da metonímia e da metáfora nesse processo? (c) Como pode a Linguística Sistêmico-Funcional por meio da transitividade e da avaliatividade contribuir no processo persuasivo dos memes?

A persuasão nos memes verbo-visuais fez-se de maneira implícita, por conta de várias intervenções metonímicas, que fizeram o leitor recorrer ao seu *frame* a fim de recuperar o significado pretendido pelo autor. Nesse sentido, percebe-se que, em ambos os memes, há forte presença não só do intersubjetivismo, em que o produtor do meme tenta ir ao encontro das crenças do leitor, mas também da relação entre imagens, cor e texto verbal, que fazem resultar metáforas conceptuais no processo persuasivo do meme. A metáfora, em cada um dos memes, assegura, de maneira ao mesmo tempo penetrante e difusa, a compreensão do texto dentro de uma certa perspectiva ideológica. Esta perspectiva é construída pela relação entre a metáfora construída, de um lado, e as interpretações metonímicas possibilitadas pelo *frame* do leitor.

A análise da transitividade (metafunção ideacional), da avaliatividade (metafunção interpessoal) e do modo (metafunção textual) examinaram as funções e as avaliações das escolhas verbais do texto, o que permitiu revelar a realidade subjacente sob as palavras do texto na forma ou *tokens* de atitude ou de inversão dos papéis dos participantes.

Esses recursos permitem ao diminuto meme – com o apoio de imagens de apelo popular e mensagens concisas, porém convincentes – persuadir o espectador a respeito de problemas muito abrangentes e extremamente sérios que, de alguma maneira, atingirá a população muito brevemente. Para tanto, esse processo persuasivo é feito de maneira implícita o que possibilita incluir não só a mensagem explícita no meme, mas também o conteúdo do *frame* do leitor.

Como mostra a linguística crítica (FOWLER, 1991, p. 4), “*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 sentido, 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. Assim, ao mesmo tempo em que prestamos atenção às estruturas verbo-visuais do texto, considerando essas estruturas dentro de um contexto sociocultural, revela-se uma metáfora que não só permeia e domina todo o meme, mas também forma a espinha dorsal da sua estrutura argumentativo-persuasiva.

Agradecimentos

Aos pareceristas o nosso reconhecimento pelas sugestões construtivas e valiosas referentes à primeira versão deste artigo.

Contribuição dos Autores

Leila Cristina Silva: concepção da pesquisa, obtenção dos dados, análise e interpretação dos dados. Marcelo Saporas: aplicação de teorias cognitivistas como a relação metonímia-metáfora e redação do manuscrito. Sumiko Nishitani Ikeda: orientação da pesquisa, teorias cognitivistas aplicadas à análise multimodal e revisão do manuscrito.

Referências

ADAMI, E.; KRESS, G. Introduction: Multimodality, Meaning Making, and the Issue of Text. *Text & Talk*, Aalborg, Denmark, v. 34, n. 3, p. 231-237, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1515/text-2014-0007>

BARCELONA, A. Introduction. The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy. In: _____ (org.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2003a. p. 1-28. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110894677>

BARCELONA, A. The case for a metonymic basis of pragmatic inferencing: Evidence from Jokes and Funny Anecdotes. In: PANTHER, K.; THORNBURG, L. L. (org.). *Metonymy and pragmatic inferencing*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2003b. p. 81-102. DOI: <https://doi.org/10.1075/pbns.113.07bar>

BARCELONA, A. Introduction. The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy. In: _____. (org.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2000a. p.1-28. (Topics in English Linguistics 30). DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110894677.1>

BARCELONA, A. On the Plausibility of Claiming a Metonymic Motivation for Conceptual Metaphor. In: _____. (org.) *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2000b. p. 31-58. (Topics in English Linguistics 30).

BARTLETT, F. C. *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1932.

CHARTERIS-BLACK, J. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. New York: Palgrave Macmillan, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1057/9780230000612>

COFFIN, C.; O'HALLORAN, K. The Role of Appraisal and Corpora in Detecting Covert Evaluation. *Functions of Language*, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 77-110, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1075/fo1.13.1.04cof>

CROFT, W. On Explaining Metonymy: Comment on Peirsman and Geeraerts, "Metonymy as Prototypical Category". *Cognitive Linguistics*, Birmingham, v. 17, n. 3, p. 31-326, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1515/COG.2006.008>

CROFT, W. The Role of Domains in the Interpretations of Metaphor and Metonymies. *Cognitive Linguistics*, Birmingham, v. 4, n. 4, p. 335-370, 1993. DOI: <https://doi.org/10.1515/cogl.1993.4.4.335>

DAWKINS, R. *O gene egoísta*. Tradução de Rejane Rubino. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

DIRVEN, R. Metonymy and Metaphor: Different Mental Strategies of Conceptualization. *Leuvense Bijdragen*, Leuven, v. 82, p. 1-28, 1993.

DUCROT, O. *Dire et ne pas dire*. Paris: Hermann, 1972.

EGGINS, S. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. London: Pinter, 2004.

FENG, W. D. Metonymy and Visual Representation: Towards a Social Semiotic Framework of Visual Metonymy. *Visual Communication*, [S.l.], v. 16, n. 4, p. 441-466, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470357217717142>

FENG, W. D.; O'HALLORAN, K. Representing Emotion in Visual Images: A Social Semiotic Approach. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 44, n. 14, p. 2067-2084, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2012.10.003>

FORCEVILLE, C. Metonymy in Visual and Audiovisual Discourse. In: VENTOLA, E.; GUIJARRO, A. (org.). *The World Told and the World Shown: Multisemiotic Issues*. London: Palgrave Macmillan, 2009. p. 56-74.

FOWLER, R. *Language in the News*. New York: Routledge, 1991.

FREGE, G. Über Sinn und Bedeutung. *Zeitschrift für Philosophie und Philosophische Kritik*, Leipzig, v. 100, p. 25-50, 1892.

FUERTES-OLIVERA, P. A.; VELASCO-SACRISTÁN, M.; ARRIBAS-BAÑO, A.; SAMANIEGO-FERNÁNDEZ, E. Persuasion and Advertising English: Metadiscourse in Slogans and Headlines. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 33, n. 8, p. 1291-1308, 2001. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(01\)80026-6](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(01)80026-6)

GEERAERTS, D. The Interaction of Metaphor and Metonymy in Composite Expressions. In: DIRVEN, R.; PÖRINGS, R. (org.). *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2003. (Serie Cognitive Linguistic Research, 20). p. 435-468. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110219197>

GOATLY, A. *The Language of Metaphors*. New York: Routledge, 1997. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203210000>

GRICE, P. Logic and Conversation. In: COLE, P.; MORGAN, J. L. (org.). *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. New York: Academic Press, 1975. p. 41-58.

HALLIDAY, M. A. K. *Language and a Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold, 1978.

HALLIDAY, M. A. K. *Spoken and Written Language*. Oxford: Oxford University Press, 1985.

HALLIDAY, M. A. K. *Introduction to Functional Grammar*. 2. ed. London: Edward Arnold, 1994.

HALLIDAY, M. A. K.; MATHIESSEN C. M. I. M. *An Introduction to Function Grammar*. 3. ed. London: Routledge, 2004.

KITIS, E.; MILAPIDES, M. Read It and Believe It: How Metaphor Constructs Ideology in News Discourse. A Case Study. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 28, p. 557-590, 1997. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(97\)00075-1](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(97)00075-1)

KÖVECSES, Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford University Press, 2002.

KÖVECSES, Z.; RADDEN, G. Metonymy: Developing a Cognitive Linguistic View. *Cognitive Linguistics*, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 37-77, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1515/cogl.1998.9.1.37>

KRESS, G.; LEITE-GARCIA, R.; van LEEUWEN, T. Discourse Semiotics. In: van DIJK, T. (org.). *Discourse as Structure and Process: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Greater Kailash: Sage Publications, 1997. p. 257-291. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446221884.n10>

KRESS, G; van LEEUWEN, T. Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour. *Visual Communication*, [S.l.], v. 1, n. 3, p. 343-368, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1177/147035720200100306>

KRESS, G; van LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 2006. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203619728>

LACY, M. L. *O poder das cores*. 3. ed. São Paulo: Pensamento, 1996.

LAKOFF, G. The Contemporary Theory of Metaphor. In: ORTONY, A. (org.). *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. p. 202-251. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>

LAKOFF, G. Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind. Chicago University Press, 1987. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226471013.001.0001>

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LAKOFF, G.; TURNER, M. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: Chicago University Press, 1989. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226470986.001.0001>

LATOUR, B.; WOOLGAR, S. *Laboratory Life: The Construction of Scientific Facts*. Princeton: Princeton University Press, 1979.

LAUERBACH, G. Argumentation in Political Talk Show Interviews. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 39, n. 8, p. 1388-1420, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2007.04.004>

LEMKE, J. L. Resources for Attitudinal Meaning: Evaluative Orientations in Text Semantics. *Functions of Language*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 33-56, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1075/fol.5.1.03lem>

LI, J. Transitivity and Lexical Cohesion: Press Representations of a Political Disaster and its Actors. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 42, n. 12, p. 3444-3458, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2010.04.028>

LUCHJENBROERS, J.; ALDRIDGE, M. Conceptual Manipulation by Metaphors and Frames: Dealing with Rape Victims in Legal Discourse. *Text & Talk*, Aalborg, Denmark, v. 27, n. 3, p. 339-359, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1515/TEXT.2007.014>

MACKEN-HORARIK, M. Appraisal and the Special Instructiveness of Narrative. *Text*, Queensland, Australia, v. 23, n. 2, p. 285-312, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1515/text.2003.012>

MACKEN-HORARIK, M. Interacting with the Multimodal Text: Reflections on Image and Verbiage in ArtExpress. *Visual Communication*, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 5-26, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470357204039596>

MANNING, P. *Dog Whistle Politics and Journalism*. Sydney: Australian Centre for Independent Journalists, 2004.

MARTIN, J. R. Beyond exchange: APPRAISAL systems in English. In: HUNSTON, S. (org.). *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press, 2000. p. 142-175.

MARTIN, J. R.; WHITE, P. R. R. *The Appraisal Framework and Discourse Analysis*. New York: Routledge, 2003.

MINSKY, M. Frame-System Theory. In: WASON, P. C.; JOHNSON-LAIRD, P. (org.). *Thinking, Readings, in Cognitive Science*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977. p. 355-376.

NORRICK, N. R. *Semiotic Principles in Semantic Theory*. Amsterdam: John Benjamins, 1981. DOI: <https://doi.org/10.1075/cilt.20>

PAINTER, C.; MARTIN, J. R.; UNSWORTH, L. *Reading Visual Narrative*. London: Equinox, 2013.

PANTHER, K-U.; RADDEN, G. *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam: John Benjamins, 1999. DOI: <https://doi.org/10.1075/hcp.4>

PANTHER, K-U.; THORNBURG, L. L. Introduction: On the Nature of Conceptual Metonymy. In: _____. (org.). *Metonymy and Pragmatic Inferencing*. Amsterdam; Philadelphia: Jon Benjamins, 2003. p. 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1075/pbns.113.03pan>

PEIRCE, C.S. Logic and Semiotic: Theory of Signs. In: BUCHLER, J. (ed.). *Philosophical Writings*. New York: Dover, 1955. p. 98-119.

RADDEN, G. How Metonymic Are Metaphors? In: BARCELONA, A. (org.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. New York: Mouton the Gruyter, 2000. p. 93-108.

REYES, A. Strategies of Legitimization in Political Discourse: From Words to Actions. *Discourse & Society*, [S.l.], v. 22, n. 6, p. 781-807, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/0957926511419927>

SCHANK, R.; ABELSON, R. *Scripts, Plans, Goals, and Understanding: An Inquiry into Human Knowledge Structures*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1977.

SLOBIN, D. I. *Psicolinguística*. São Paulo: EDUSP, 1980.

STRAWSON, P. F. Identifying Reference and Truth-Values. *Theoria*, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 96-118, 1964. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1755-2567.1964.tb00404.x>

TAYLOR, K. A. Meaning, Reference and Cognitive Significance. *Mind and Language*, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 129-180, 1995. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.1995.tb00008.x>

VALLAURI, E. L.; MASIA, V. Implicitness Impact: Measuring Texts. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 61, p. 161-184, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.09.010>

van DIJK, T. A. *News as Discourse*. Hillsdale: Laurence Erlbaum Associates, 1988.

van EEMEREN, F.; GROOTENDORST, R. *A Systematic Theory of Argumentation. The Pragma-Dialectical Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511616389>

VELASCO-SACRISTÁN, M. Metonymic Grounding of Ideological Metaphors: Evidence from Advertising Gender Metaphors. *Journal of Pragmatics*, [S.l.], v. 42, p. 64-96, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2009.05.019>

WHITE, P. R. R. Beyond Modality and Hedging: A Dialogic View of the Language of Intersubjective Stance. *Text*, Queensland, Australia, v. 23, n. 2, p. 259-284, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1515/text.2003.011>