

A METAFUNÇÃO INTERPESSOAL EM DUAS PROPAGANDAS TURÍSTICAS INSTITUCIONAIS

Daniel Antônio Sousa Alves - PosLin/FALE/UFMG
Brasil
xalaskero@gmail.com

Priscila Brasil Gonçalves Lacerda - FALE/UFMG
Brasil
p7brasil@gmail.com

Roberta Rego Rodrigues - PosLin/FALE/UFMG
Brasil
betareseau@gmail.com

Sinopse

A oração é também organizada como um evento interativo que envolve o falante, ou o autor, e o público (Halliday, 1994). No ato da fala, o falante adota para si mesmo um papel particular em relação à mesma e, ao fazer isso, ele designa ao ouvinte um papel complementar, papel esse que o falante espera que o ouvinte adote em seu turno (Halliday, 1994). A título de exemplificação, quando o falante faz uma pergunta, ele desempenha o papel daquele que procura uma informação e, deste modo, requer ao ouvinte que este último supra a informação pedida (Halliday, 1994). Este artigo apresenta uma análise de duas propagandas turísticas institucionais, uma da Prefeitura de Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais e a outra do Governo do Estado de Minas Gerais, sendo que tal capital e tal Estado estão localizados no Brasil. Tal análise valeu-se da metafunção interpessoal, a qual oferece um instrumental para a descrição da interação entre usuários da linguagem, seja tal interação pautada pelo fornecimento e/ou solicitação de informações e/ou de bens e serviços (Halliday, 1994; Halliday e Matthiessen, 2004). Quanto à metodologia, foram classificados os absolutos, as proposições, as propostas, os adjuntos modais e os itens lexicais, posteriormente quantificados com vistas a uma análise qualitativo-discursiva. Cabe salientar que a classificação da interpessoalidade em itens lexicais obedeceu a dois parâmetros propostos por Hunston e Thompson (2003), o de julgamento de valor e o de importância. Quando houve sobreposição destes dois

parâmetros na classificação da interpersoalidade em itens lexicais, adotou-se um rótulo “ambos parâmetros” para abarcar tais casos. Resultados apontam uma maior recorrência de propostas na propaganda do Governo em comparação a da Prefeitura. Pode-se concluir que a propaganda da Prefeitura faz uso do gênero do discurso turístico com fins sócio-políticos, ao passo que a propaganda do Governo tem como objetivo divulgar o turismo em Minas Gerais sem tencionar diretamente persuadir seus leitores a partir do discurso político.

Palavras-chave

Linguística Sistêmico-funcional; Metafunção Interpessoal; Interpersoalidade em Itens Lexicais; Demanda/Fornecimento de Informações; Demanda/Fornecimento de Bens e Serviços.

Key words

Systemic Functional Linguistics; Interpersonal Metafunction; Interpersonality in Lexical Items; Demanding/Offering of Information; Demanding/Offering of Goods & Services

1. Introdução

Halliday (1985, 1994, Halliday e Matthiessen, 2004), em sua gramática sistêmico-funcional, desenvolveu uma teoria dos níveis fundamentais de linguagem, na qual ele aponta três metafunções da linguagem: a ideacional, que concerne à representação dos significados experienciais; a textual, que se refere à organização da mensagem que está sendo veiculada; e a interpessoal, que diz respeito ao posicionamento dos falantes, à relação falante/ouvinte.

Embora a teoria de Halliday tenha sido concebida a partir da língua inglesa, trata-se de uma reflexão abrangente acerca da linguagem. Temos aqui como objetivos centrais apresentar uma das metafunções, a saber, a interpessoal, de forma didática e explicativa, e mostrar uma aplicação desta teoria à língua portuguesa.

A escolha da metafunção interpessoal da linguagem foi motivada pelo fato de ela ter sido até então pouco explorada pelos componentes de nosso grupo de pesquisa¹. O número de trabalhos ancorados nesta metafunção é consideravelmente reduzido se o

¹ Somos integrantes do projeto CORDIALL – *Corpus Discursivo para Análises Lingüísticas e Literárias* - que é desenvolvido na Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais.

comparamos com as demais metafunções. Assim, apresentamos uma análise baseada na observação dos significados interpessoais do texto.

Abaixo, temos uma seção destinada à explicitação teórica, na qual apresentamos os conceitos relativos à metafunção interpessoal, direcionando-os à língua portuguesa. Em seguida, está a metodologia, na qual descrevemos nossos procedimentos de análise. A partir da metodologia, apresentamos os dados interpessoais extraídos de um corpus constituído por duas propagandas institucionais; e uma discussão desses dados ilustrando a aplicação das categorias da metafunção interpessoal. Por fim, apresentamos as considerações finais deste artigo.

2. Gramática Sistêmico-Funcional

Nesta seção, trataremos das questões pelas quais a gramática hallidayana é ao mesmo tempo sistêmica e funcional, questões essas acrescidas da explicação das três metafunções (ideacional, interpessoal e textual) com o foco na metafunção interpessoal, objeto deste artigo.

A gramática sistêmico-funcional de Halliday é uma teoria sistêmica, onde o significado é visto como escolha, ou seja, a linguagem é interpretada como redes de opções que se entrelaçam; e uma teoria funcional, que propõe o estudo da língua em seu uso, levando-se em conta seus contextos de situação (registros) e de cultura (gênero). Essa gramática interpreta a linguagem como um sistema de significados que é acompanhado de formas através das quais estes significados podem ser realizados (Halliday, 1994: xiii-xiv).

A princípio, a gramática sistêmico-funcional toma como unidade de análise a oração. Entretanto, isso não a impede de se projetar em direção ao texto. Ela tem como objetivo fornecer informações textuais, semânticas e sintáticas que possibilitem ao falante analisar qualquer texto que ocorra de forma natural e dentro de diversos tipos de estrutura (Downing, 1991:121).

Da mesma forma que a gramática hallidayana considera a língua em termos de uso a fim de auxiliar análises e interpretações textuais, ela leva em conta que duas perguntas se tornam fundamentais para a investigação lingüística: como a linguagem é usada pelas pessoas? E como a linguagem se estrutura para o uso? (Barbara e Gouveia,

2003). É a partir desses questionamentos que Halliday propõe as metafunções da linguagem que são maneiras de descrever como o falante pode representar o mundo, interagir com outros falantes e organizar suas mensagens, ou seja, como o usuário da linguagem imprime significado aos seus enunciados.

Seguindo a noção de que os componentes fundamentais do significado na linguagem são funcionais, Halliday apresenta as três metafunções que compõem a base de sua teoria: a ideacional, a interpessoal e a textual. A primeira diz respeito à maneira como o “mundo” é representado e compreendido; a segunda relaciona-se ao modo como ocorre a interação entre os falantes: autor e leitores, produtor de imagens e observadores; e a terceira organiza a mensagem no que tange a escolhas específicas do sistema lingüístico (Halliday, 1994:xiii). Na verdade, todos os enunciados apresentam essas metafunções fundidas; mas o autor as expõe separadamente por questões didáticas e metodológicas, procurando fazer-se um recorte do sistema que seja elucidativo.

De acordo com Halliday (1994:68), ao se comunicar, o falante adota um papel particular na fala, e fazendo isso, ele delega ao ouvinte um papel complementar concernente ao que ele (o falante) deseja do ouvinte. A fim de analisar as interações entre falantes e ouvintes, a metafunção interpessoal mostra-se profícua por apresentar categorias que auxiliam grandemente a descrição de tais interações.

A seguir, trataremos das principais categorias desta metafunção.

2.1 A Metafunção Interpessoal da Linguagem

Um estudo baseado na metafunção interpessoal vale-se de um instrumental léxico-gramatical para a descrição e a análise da interação entre falantes e/ou usuários da linguagem (e.g. falantes/ouvintes; escritores/leitores; produtores de imagens/observadores de imagens). Segundo Butt et al. (2000:36), os significados interpessoais abrangem duas áreas principais: uma que trata do tipo de interação que ocorre e do tipo de bem (*commodity*) que está sendo intercambiado, e a outra que trata da maneira pela qual os falantes [e/ou usuários da linguagem] tomam um posicionamento em suas mensagens.

Antes de tratarmos sobre as áreas que concernem aos significados interpessoais, veremos os principais elementos que constituem as orações pelo viés da metafunção interpessoal.

Em primeiro lugar, temos o *modo oracional*, que seria o bloco em que se encontram o sujeito gramatical, o finito e a polaridade (a modalidade também está neste grupo, mas deixaremos para tratar sobre ela mais adiante):

Quadro 1: Modo Oracional

Exemplo				Fonte:
Luís Alves		refletiu	alguns instantes.	<i>A mão e a luva</i> – Machado de Assis
Os cartunistas e criadores da revista "F." Allan Sieber, Arnaldo Branco e Leonardo Lopes	não	estão	de brincadeira.	<i>Folha Online</i> - http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u51442.shtml
Sujeito	Polaridade	Finito	Predicador	
Modo Oracional				

O *sujeito gramatical* seria, de acordo com Butt et al. (2000:90) o grupo nominal que interage mais proximamente com o finito, apresentando, assim, concordância com ele; o *finito* seria o elemento responsável por desempenhar dois papéis interpessoais principais no grupo verbal: um, em relação ao *tempo verbal*, e o outro, em relação à *sinalização modal* da perspectiva do falante. (Butt et al., 2000:89) Por fim, a *polaridade* seria um contínuo cujos extremos são marcados pelo *sim* categórico e pelo *não* categórico.

2.1.1. Como identificar o modo oracional?

Uma maneira de identificar o modo oracional, de acordo com Butt et al. (2000:31), é negar a oração (com uma afirmação ou uma pergunta simples). Esta negação conteria o sujeito gramatical e o finito da oração original com sua polaridade invertida. Tomemos os exemplos dados anteriormente, caso fôssemos negá-los, poderíamos chegar aos seguintes resultados:

Quadro 2: Negando a oração para identificar o Modo Oracional

Exemplo				Negação:
Luís Alves		refletiu	alguns instantes.	[Ele] não refletiu?

Exemplo				Negação:
Os cartunistas e criadores da revista "F." Allan Sieber, Arnaldo Branco e Leonardo Lopes	não	estão	de brincadeira.	[Eles] estão?
Sujeito	Polaridade	Finito		
Modo Oracional				

Como é possível perceber, ao negarmos a oração, os únicos elementos necessariamente presentes são aqueles que compõem o modo oracional (i.e. o sujeito gramatical, o finito e a polaridade que foi invertida).

O restante da oração (i.e. “desconsiderando” o modo oracional) chama-se *resíduo*, que é constituído pelo predicador, pelo(s) adjunto(s) e pelo(s) complemento(s). Ampliando o nossa primeiro quadro, teríamos então:

Quadro 3: Modo Oracional e Resíduo

Exemplo				Fonte:
Luís Alves		refletiu	alguns instantes.	<i>A mão e a luva</i> – Machado de Assis
Os cartunistas e criadores da revista "F." Allan Sieber, Arnaldo Branco e Leonardo Lopes	não	estão	de brincadeira.	<i>Folha Online</i> - http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u51442.shtml
Sujeito	Polaridade	Finito	Predicador	
Modo Oracional			Resíduo	

Como anteriormente mencionado, no resíduo estariam:

- os *adjuntos*² que correspondem aos grupos adverbiais, nominais e sintagmas preposicionados que atuam como circunstâncias para o significado experiencial da oração;
- os *complementos* que correspondem a outros grupos nominais que exerçam a função de “complementar” a discussão estabelecida pela oração. (Butt et al., 2000:92-93);
- o *predicador* que pode ser identificado por meio de grupos verbais não-finitos, incluindo-se até mesmo outros auxiliares. O predicador desempenha o papel de

² Os elementos considerados circunstâncias em uma abordagem ideacional da linguagem são aqui nomeados como adjuntos a título de uma abordagem interpessoal da linguagem.

especificar a ação efetiva que está sendo discutida. (Butt et al., 2000:92; Eggins, 1994:161).

Pode haver alguma dificuldade em se identificar o limite entre o finito e o predicador na língua portuguesa, pois, como afirma Rodrigues (2005:52), nesta língua, o finito encontra-se muitas vezes fundido com o predicador. Nestes casos, poderíamos identificar o finito como sendo as desinências número-pessoais e modo-temporais, e o predicador correspondendo ao morfema lexical do verbo.

Há ainda outros elementos, que Butt et al. (2000) chamam de “extras”, denominados *vocativo* e *pessoa do discurso*. O vocativo é uma estrutura usada para um falante endereçar-se a outro ou a algo personificado e não faz parte do modo oracional ou do resíduo. As pessoas do discurso (eu, você[s], nós, a gente, ele[s], ela[s]) não são rotuladas como parte da análise interpessoal, mas devem ser consideradas na análise da interação, e.g., pois apontam (principalmente a primeira [singular/plural] e a segunda [singular/plural]) expressões do relacionamento entre falante(s) e ouvinte(s). (Butt et al., 2000:93).

Feitas as considerações sobre a constituição da oração segundo a visão da metafunção interpessoal, passemos para a discussão sobre a visão desta metafunção à guisa das interações.

Em interações lingüísticas, de acordo com Halliday (1994), há quatro possibilidades para os falantes:

- Oferecer informações;
- Solicitar informações;
- Oferecer bens e serviços;
- Solicitar bens e serviços.

Halliday e Matthiessen (2004:107) esquematizam tais possibilidades no seguinte quadro:

Papel no intercâmbio	Bem (<i>commodity</i>) Intercambiado		Fonte dos Exemplos:
	(a) <i>bens e serviços</i>	(b) <i>informação</i>	

(i) fornecendo	‘oferta’ (1) - Aceita a minha mão de esposo?	‘declaração’ (2) Feliz Azevedo! A hora em que começa essa narrativa é ele um marido feliz, inteiramente feliz.	(1) <i>Contos fluminenses</i> - Machado de Assis; (2) <i>Contos fluminenses</i> - Machado de Assis
(ii) solicitando	‘ordem’ (3) - Dê-me essa faca, meu pai; eu não usarei dela senão em caso extremo; (...)	‘pergunta’ (4) - Que pretendes fazer com ela, Isaura? que louco pensamento é o teu?...	(3) <i>A escrava Isaura</i> – Bernardo Guimarães. (4) <i>A escrava Isaura</i> – Bernardo Guimarães.

Quadro 4 - Fornecimento ou Solicitação de Bens e Serviços ou de Informações - In: Halliday e Matthiessen (2004:107)

A função semântica de uma oração no intercâmbio de informação é a *proposição* ao passo que no intercâmbio de bens e serviços é a *proposta* (Halliday e Matthiessen, 2004:111).

2.1.2. Posturas e Reações

Como é possível observar no Quadro 4, há algumas posturas que podem ser vistas como as mais esperadas para cada uma das possibilidades e há, portanto, algumas reações que também podem ser vistas como as mais esperadas dadas as posturas.

Analisemos primeiramente o intercâmbio de informações. Como anteriormente mencionado, no intercâmbio de informações há duas possibilidades principais para os interactantes: oferecer informações ou solicitar informações.

De acordo com Butt et al. (2000:94), quando um falante oferece uma informação, ele geralmente faz uma afirmação. Vejamos um exemplo:

Quadro 5: Fornecimento de informação

Exemplo				Fonte:
Aprazível vida	vai	ser	a nossa.	<i>Na arca</i> – Machado de Assis
Sujeito	Finito	Predicador		
Modo Oracional		Resíduo		

Por outro lado, quando um falante solicita uma informação, ele, ainda de acordo com Butt et al. (2000:94-95), faz perguntas, que podem ser perguntas que pedem respostas do tipo ‘sim ou não’ – que são denominadas como interrogativas polares (a) –

ou perguntas que, por exemplo, especulam algo acerca de alguma coisa – chamadas de perguntas com elemento Qu- (b).

Quadro 6: Solicitação de informação

(a) A senhora	recebeu	uma oferta para mudar de partido?	
(b) Quem	foi	o outro deputado [abordado para trocar de partido mediante pagamento de mesada]? (http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69625.shtml)	
Sujeito	Finito	Predicador	
Modo Oracional		Resíduo	

Tratemos agora do intercâmbio de bens e serviços. Como anteriormente mencionado, no intercâmbio de bens e serviços há duas possibilidades principais para os interactantes: oferecer bens e serviços ou solicitar bens e serviços.

Segundo Butt et al. (2000:97), quando um falante solicita um bem ou serviço, ele pode dar ordens ou comandos. Nas palavras dos autores, a maneira mais direta de expressar tais ordens e comandos seria a utilização do modo imperativo.

Quadro 7: Solicitação de bens e serviços

	Vai	com ela (...) (<i>Dom Casmurro</i> . Machado de Assis)	
	Leve	o Tonzinho para brincar com o seu filho. (<i>Atrevida</i> . ANO XII, Nº 129, p.119)	
Sujeito	Finito	Predicador	
Modo Oracional		Resíduo	

Por fim, quando um falante oferece um bem ou serviço, ele não tem ao seu dispor nenhuma estrutura específica para fazê-lo, podendo ele utilizar estruturas que são mais comuns em outras interações (Butt et al, 2000:99). Vejamos alguns exemplos:

Quadro 8: Fornecimento de bens e serviços

Nokia 2650		Não	tem		nada igual. (<i>Atrevida</i> . ANO XII, Nº 129, p.3)
			Quer ser Participe		capa da Atrevidinha? do nosso concurso! (<i>Atrevida</i> . ANO XII, Nº 129, p.119)
	Sujeito	Polaridade	Finito	Predicador	
	Modo Oracional			Resíduo	

Podemos perceber que a resposta dada no intercâmbio de bens e serviços relaciona-se ao que o falante deseja a partir de seu enunciado e a resposta fornecida no intercâmbio de informação relaciona-se mais com a polaridade (negativa ou positiva), i.e., não se espera que bens e serviços sejam corroborados ou negados, pois estes últimos não são condicionados a valores de verdade (Halliday e Matthiessen, 2004:110).

A metafunção interpessoal também considera os casos em que falantes utilizam a linguagem não só para codificar suas experiências do mundo, mas também para se posicionar (e posicionar sua audiência) diante de tais experiências.

Considerando que ao utilizar a linguagem, os falantes mostram quão defensáveis consideram suas proposições, eles as colocam em algum lugar no continuum margeado em um extremo pela afirmação categórica e em outro pela negação categórica.

Assim, apresentamos aqui os principais recursos por meio dos quais os falantes tomam uma posição em suas mensagens. Tal posicionamento é concebido pelo ajuste do modo oracional, parte da mensagem passível de discussão ³, e pela valoração positiva ou negativa dos significados experienciais que estão sendo veiculados.

No momento em que o falante faz uma declaração, ele a coloca sob o julgamento concordante ou discordante de seus ouvintes. Nota-se que os conteúdos passíveis de contestação encontram-se no modo oracional, ou seja, basta que o ouvinte modifique a polaridade da oração repetindo o sujeito gramatical e o finito para contradizer ou concordar com o falante. Vejamos o exemplo a seguir:

Estou lendo os jornais. Eu acho que está claro isso.
(<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69625.shtml>)
Não estou lendo os jornais. Eu *jamais/nunca* acho que *não* está claro isso.

Por outro lado, quando as orações utilizadas são não-finitas, não há grandes possibilidades de argumentação, dado que tais orações não apresentam modo oracional, não apresentando, portanto, relação entre o sujeito gramatical e o finito e, por conseguinte, não sustentando qualquer argumento. Como é possível ver no exemplo:

Apaixonada pelo seu melhor amigo?

³ A parte da mensagem passível de discussão é aquela que pode ter a sua polaridade invertida, ou seja, é possível contestá-la. Vale dizer que somente o elemento que faz parte do modo oracional é suscetível à contestação, concordância ou questionamento.

(*Atrevida*. ANO XII, Nº 129, capa.)

(?) *Não apaixonada pelo seu melhor amigo?*

Cabe salientar que no exemplo acima tanto pode ser considerada “Apaixonada” somente como estrutura não-finita, desconsiderando a elipse do sujeito quanto como tendo um sujeito elíptico. Ambas as análises são possíveis.

Ao manifestar uma posição intermediária, entre a afirmação categórica e a negação categórica, o falante altera a configuração do modo oracional. A margem de possibilidades disponível ao falante para que ele assuma tal posição intermediária é conhecida como *modalidade*, que se divide em *modalização* e *modulação*.

De acordo com Halliday (1994:91), há dois elementos que favorecem a modalização, a saber, os finitos modais e os adjuntos modais:

Os *finitos modais* que se referem não a tempo, porém à modalidade, i.e., demonstram plausibilidade. Vejamos a seguir um exemplo de finito modal (em itálico).

Pode ser que esta abordagem seja completamente errada.

(Hawking. *Uma breve história do tempo*. 2000)

Já os *adjuntos modais* são aqueles que acrescentam significados interpessoais à proposição ⁴.

A seguir, um quadro, extraído de Halliday (1994), com alguns exemplos de adjuntos modais.

<i>Tipo</i>	<i>Significado</i>	<i>Exemplos</i>
Probabilidade	quão provável?	provavelmente, possivelmente, certamente, talvez
Habitualidade	quão freqüente?	às vezes, sempre, nunca, freqüentemente, raramente
Tipicalidade	quão típico?	ocasionalmente, geralmente, regularmente
Obviedade	quão óbvio?	naturalmente, obviamente, claramente
Opinião	Acho	em minha opinião, pessoalmente
Admissão	Admito	francamente, sinceramente, para lhe dizer a verdade
Persuasão	Garanto a você	honestamente, realmente, com seriedade
Requerimento	Peço-lhe	por favor
Presunção	Presumo	evidentemente, aparentemente, presumivelmente
“Desejabilidade”	quão desejável?	(in)felizmente, para meu deleite, esperançosamente
“Fidedignidade”	quão confiável?	provisoriamente, primeiramente
Validação	quão válido?	em geral, como um todo, estritamente falando, em princípio
Avaliação	quão sensato?	(im)prudentemente, compreensivelmente
Previsão	quão esperado?	surpreendentemente, como esperado, por acaso

⁴ Há ainda os adjuntos circunstanciais, que participam do conteúdo experiencial da oração, e os adjuntos textuais, que participam da organização da mensagem.

Os adjuntos modais podem ser de modo (a) ou de comentário (b), sendo que os adjuntos modais de modo podem ser relacionar à polaridade, à modalidade, à temporalidade e ao próprio modo oracional (Halliday, 1994:82-83).

(a) Caçula *só* tem privilégio!

(*Atrevida*. ANO XII, Nº 129, p.118)

A descoberta de uma teoria unificada e completa, portanto, *talvez* não ajude a sobrevivência de nossa espécie.

Qualquer teoria física é *sempre* provisória, no sentido de que não passa de uma hipótese: não pode ser comprovada jamais.

(Hawking. *Uma breve história do tempo*. 2000)

(b) *Infelizmente*, entretanto, sabe-se que estas duas teorias são incompatíveis entre si; não podem ser ambas corretas.

(Hawking. *Uma breve história do tempo*. 2000)

Francamente, nossos condutores são gente muito simples.

(Revista *Veja*. Edição 1895 – ano 38 – nº 10 – 9 de março de 2005)

Neste ponto, há uma divergência entre Eggins (1994) e Butt et al. (2000). Este último considera que os adjuntos modais de comentário afeta o argumento da proposição e, por isso, insere-se no modo oracional. Já Eggins (1994:166-167) considera que os adjuntos modais de modo atuam diretamente sobre o modo oracional e, por isso, inserem-se nele, o que não ocorre com os adjuntos modais de comentário, que incidem sobre toda a oração e, conseqüentemente, não se inserem nem no modo oracional nem no resíduo, estão à parte, assim como os vocativos.

Já a modulação, relacionada ao intercâmbio de bens e serviços, opera-se em escalas de obrigatoriedade e inclinação. O grau de obrigatoriedade manifesta-se por meio de finitos modais (e.g. *You must be patient!*) e do predicador (quando em voz passiva, e.g., *You're required to be patient!*) ao passo que o grau de inclinação manifesta-se por meio de finitos modais (e.g., *I must win!*) e de predicadores adjetivos (e.g., *I'm determined to win!*). Deste modo, a obrigatoriedade relaciona-se às ordens que são dadas e a inclinação refere-se às ofertas que são feitas. (Halliday, 1994:90-91).

Como estratégia de interação, por exemplo, o usuário da linguagem, por vezes, escolhe uma forma mais polida e amena do que a imperativa, como as formas declarativas e interrogativas, utilizando um finito modal para expressar obrigatoriedade.

- Numa CPI, a senhora *falaria*.
- Se eu for convidada, com todo o prazer.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69625.shtml>

Segundo Halliday (1994:184), há epítetos (como, por exemplo, *splendid*, *silly*, *fantastic*) que expressam a atitude subjetiva do falante e, portanto, são considerados elementos interpessoais do grupo nominal. De acordo com o teórico, os epítetos atitudinais diferem-se dos epítetos experienciais (relativos à metafunção ideacional) no sentido que estes últimos muitas vezes identificam os participantes aos quais se referem enquanto que os primeiros não os identificam.

Há ainda a metáfora gramatical interpessoal que se trata, e.g., de uma oração projetante centrada em um processo mental funcionando como adjunto modal.

Mas *eu acho* que veio à tona uma coisa que mais cedo ou mais tarde ia explodir.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69625.shtml>

No exemplo acima, a oração projetante “eu acho”, composta pelo experienciador “eu” ligado ao processo mental “acho”, resulta em um adjunto modal, i.e., “Na minha opinião”, quando analisada sob uma perspectiva metafórica da linguagem.

De acordo com Hunston e Thompson (2003), a metafunção interpessoal não considera a modalidade e o significado atitudinal juntamente. Respeitando a afirmação destes autores, mas relativizando a mesma, podemos pensar que a metafunção interpessoal realmente não objetiva a consideração conjunta da modalidade e do significado atitudinal. Entretanto, ela oferece o instrumental necessário para que estas instâncias sejam analisadas concomitantemente.

Na próxima seção, apresentaremos a metodologia empregada para fins de análise.

3. Metodologia

O corpus é constituído por duas propagandas turísticas institucionais, uma emitida pela Prefeitura de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais e a outra pelo Governo do Estado de Minas Gerais, Brasil e foram extraídas da *Revista Encontro*, edição Janeiro/2004. As propagandas encontram-se digitadas em dois quadros (Quadro 10; Quadro 11) na próxima seção intitulada *Uma pequena análise baseada na metafunção interpessoal*. Elas foram digitadas devido à sua pequena dimensão.

As categorias seguintes foram aplicadas ao corpus, que foi transposto para duas planilhas (uma para cada propaganda) do programa *Excel* da plataforma *Windows* a fim de organizar melhor a classificação e, após esta etapa, tais planilhas foram convertidas para Tabelas do programa *Word* referente à mesma plataforma. Devido à pequena proporção dos textos, a coleta dos dados quantitativos foi feita manualmente. Vejamos, então, as categorias selecionadas e utilizadas.

- ♦ Classificação e, posterior quantificação, de proposições (informação) e de propostas (bens e serviços), levando-se em conta se elas estavam solicitando (informação ou bens e serviços) ou fornecendo (informação ou bens e serviços). Para tal empreendimento, foram examinadas as orações independentes em detrimento das dependentes, pois estas últimas, como atesta Halliday (1994), podem ser desconsideradas em uma análise em função de sua posição hierárquica em relação às primeiras. Ademais, os absolutos, estruturas desprovidas de modo oracional, i.e., que não possuem sujeito gramatical e finito, também foram analisados por contribuírem para a tessitura do texto (Halliday, 1994);

- ♦ Classificação e, posterior quantificação, dos adjuntos modais conforme diagrama proposto por Halliday e Matthiessen (2004:128), incluindo também os adjuntos modais de polaridade negativa (e.g. *não*);

- ♦ Classificação e, posterior quantificação, da interpessoalidade em itens lexicais exceto os finitos modais e os adjuntos modais. Para tal classificação, utilizamos dois parâmetros relativos ao conceito de avaliação de Hunston e Thompson (2003). Esse termo amplo avaliação refere-se à opção destes autores em considerarem a modalidade e o significado atitudinal concomitantemente e pode ser definido como a caracterização da expressão da atitude, do ponto de vista, dos sentimentos do escritor e/ou falante. Os dois parâmetros selecionados foram o de julgamento de valor (doravante PJV) e o de

importância (doravante PI). O primeiro diz respeito à possibilidade de o item lexical apresentar uma conotação positiva ou negativa dentro da oração. Já o segundo refere-se ao valor de importância/relevância expresso interpessoalmente pelo item lexical. Quando houve sobreposição destes dois parâmetros nos itens lexicais, i.e., um item lexical exprimiu de maneira ambígua os dois parâmetros ou estes dois parâmetros se manifestaram em itens lexicais diferentes em um mesmo grupo (nominal e/ou verbal), classificamos tais casos como “ambos parâmetros” (doravante AP).

Na seção seguinte, teremos a oportunidade de verificar como a metodologia aqui empregada resultou em dados quantitativos analisados com vistas a uma análise qualitativo-discursiva do ponto de vista da metafunção interpessoal no corpus mencionado.

4. Uma pequena análise baseada na metafunção interpessoal

Nesta seção, a caracterização da interpessoalidade nas duas propagandas é feita com vistas a estabelecer em que pontos as mesmas se convergem e se divergem, tendo em mente que ambas são produzidas por instituições governamentais com propósitos distintos que não deixam de ser de interesse para a população em geral.

A seguir, os dois quadros (um referente à propaganda de Prefeitura de Belo Horizonte (Quadro 10) e o outro à propaganda do Governo do Estado de Minas Gerais (Quadro 11)) reúnem toda a classificação a partir das categorias propostas na seção de Metodologia. Neste momento, cabe explicar a estrutura de tais quadros.

A primeira coluna (cujo título é *Texto*) refere-se ao texto organizado de acordo com os períodos. Nela, as orações independentes estão dispostas em linhas diferentes e as quebras de parágrafos são indicadas por uma linha (cujas altura é menor do que a das outras) totalmente em branco.

A segunda coluna (cujo título é *Proposições / Propostas*) relaciona-se à classificação das proposições e das propostas (que tipo de bem (*commodity*) é intercambiado → informação ou bens e serviços; qual é o papel no intercâmbio → o de fornecer ou solicitar) segundo os períodos. Nesta coluna, os absolutos são representados por meio de um traço pequeno (-).

A terceira coluna (cujo título é *Adjuntos Modais*) apresenta a classificação dos adjuntos modais, cuja referência - um asterisco entre parênteses (*) - tem por objetivo facilitar sua localização no texto (em itálico e sublinhado). Ainda nesta coluna, as abreviações, Intens., Temp. e Polar., referem-se respectivamente aos adjuntos modais de intensidade, polaridade e temporalidade.

A quarta coluna (cujo título é *Interpessoalidade em itens lexicais*) nos remete à classificação da interpessoalidade em itens lexicais que estão marcados em itálico na primeira coluna, tendo como referência os números entre parênteses, e.g. (1), remetendo aos itens em itálico na coluna *Texto*; e a classificação das categorias abreviadas PJV (parâmetro de julgamento de valor); PI (parâmetro de importância); e AP (“ambos parâmetros”, quando houve o consenso dos autores de que as duas primeiras categorias se sobrepuseram em alguns itens lexicais (cf. Seção de Metodologia)).

Em seguida, o Quadro 10 mostra a classificação sob a perspectiva da metafunção interpessoal da propaganda concernente à Prefeitura de Belo Horizonte.

Quadro 10: Proposições/Propostas, Adjuntos Modais e itens lexicais na propaganda da PBH

Texto	Proposições / Propostas		Adjuntos Modais		Interpessoalidade em itens lexicais	
	Bens	Papéis no intercâmbio	Ref.	Clas.	Ref.	Clas.
Nos 106 anos de BH, a Prefeitura dá mais <i>um presente para todos</i> (1).	info	forneç.	-	-	(1)	AP
Pampulha <i>para Todos</i> (2).	-	-	-	-	(2)	PI
<i>Nova</i> (3) orla da lagoa.	-	-	-	-	(3)	PJV
<i>Mais um grande passo</i> (4) para a <i>recuperação</i> (5) da Pampulha.	-	-	-	-	(4) (5)	PI PJV
A prefeitura de Belo Horizonte <i>comemora</i> (6) o aniversário da cidade com a entrega de <i>mais uma importante</i> (7) etapa das obras de <i>recuperação</i> (8) da Pampulha: a orla da lagoa <i>totalmente</i> (*) <i>revitalizada</i> (9).	info	forneç.	(*)	Intens.	(6) (7) (8) (9)	PJV PI PJV PJV
Como parte do programa Pampulha <i>para Todos</i> (10), que tem o objetivo de <i>recuperar</i> (11) um dos <i>mais importantes</i> (12) patrimônios da cidade, o entorno da lagoa recebeu <i>nova</i> (13) pista de caminhada, ciclovia, rotatórias, <i>novo</i> (14) paisagismo e urbanização, mirantes e sinalização turística.	info	forneç.	-	-	(10) (11) (12) (13) (14)	PI PJV PI PJV PJV
Além de ser um dos nossos <i>mais importantes</i> (15) pontos turísticos, a Pampulha é uma <i>referência</i> (16) histórica, arquitetônica, e	info	forneç.	-	-	(15) (16) (17)	PI PI PI

Texto	Proposições / Propostas		Adjuntos Modais		Interpessoalidade em itens lexicais	
	Bens	Papéis no intercâmbio	Ref.	Clas.	Ref.	Clas.
<i>cultural para toda a população</i> (17). A Prefeitura, através de diversas parcerias, <i>já</i> (*) concluiu <i>importantes etapas</i> (18) do programa, como a construção do vertedouro, unidade de <i>tratamento</i> (19) de água, da <i>canalização de córregos</i> (20), a <i>reforma</i> (21) da casa do baile e o <i>projeto de recuperação</i> (22) da Igreja de São Francisco de Assis, entre outros.	info	forneç.	(*)	Temp.	(18) (19) (20) (21) (22)	PI PJV PJV PJV PJV
E a cidade <i>não</i> (*) pára. A Prefeitura <i>continua trabalhando</i> (23) também em <i>todas as regiões</i> (24), com diversas obras e ações sociais(25) que <i>beneficiam</i> (26) <i>toda a população</i> (27).	info	forneç.	(*)	Polar.	-	
Outro exemplo é o Centro Vivo: <i>um amplo programa de revitalização</i> (28) de <i>toda a área central</i> (29) da cidade, que <i>promove</i> (30) a <i>recuperação</i> (31) da arquitetura, da cultura, do lazer, da segurança, de <i>toda a atividade comercial</i> (32) e, <i>principalmente</i> (*), da <i>qualidade de vida</i> (33).	info	forneç.	(*)	Intens.	(28) (29) (30) (31) (32) (33)	PJV PI PJV PJV PI PJV
É assim que a gente comemora os 106 anos de BH. Construindo uma cidade <i>para todos</i> (34). Em Belo Horizonte, o futuro <i>já</i> (*) começou.	info	forneç.	-	-		
	-	-	-	-	(34)	PI
PREFEITURA DE BH – TRABALHO PELA VIDA	-	-	-	-		

Já o Quadro 11, logo a seguir, mostra a classificação sob a mesma perspectiva da propaganda relativa ao Governo do Estado de Minas Gerais.

Quadro 11: Proposições/Propostas, Adjuntos Modais e itens lexicais na propaganda da GEMG

Texto	Proposições / Propostas		Adjuntos Modais		Interpessoalidade em itens lexicais	
	Bens	Papéis no intercâmbio	Ref.	Clas.	Ref.	Clas.
Tem <i>liberdade</i> (1) <i>até</i> (*) na bandeira, [...] [...] imagina na <i>natureza</i> (2).	Info.	forneç.	(*)	Intens.	(1)	PJV
	bens e serviços	solic.	-		(2)	AP
<i>Natureza</i> (3), <i>aventura</i> (4) e <i>emoção</i> (5).	-	-	-		(3) (4) (5)	PJV PJV PJV
Assim é Minas. Cheia de <i>surpresas</i> (6), montanhas, grutas, cachoeiras, rios e muita história para contar.	Info.	forneç.	-		(6)	PJV

Texto	Proposições / Propostas		Adjuntos Modais		Interpessoalidade em itens lexicais	
	Bens	Papéis no intercâmbio	Ref.	Clas.	Ref.	Clas.
Conheça [...]	bens e serviços	solic.	-			
[...] e <i>aproveite</i> (7) o que a vida tem de <i>melhor</i> (8).	bens e serviços	solic.	-		(7) (8)	PJV PJV
Faça ecoturismo e turismo de <i>aventura</i> (9) em Minas.	bens e serviços	solic.	-		(9)	PJV
E sinta um <i>gostinho de liberdade</i> (10) que <i>só</i> (*) aqui tem.	bens e serviços	solic.	(*)	Intens.	(10)	PJV
<Informações turísticas: (31) 3272.8567 ou www.descubraminas.com.br >	-	-	-			
MINAS GERAIS – GOVERNO DO ESTADO – TURISMO – Construindo um <i>novo</i> (11) tempo.	-	-	-		(11)	PJV

Cumpramos salientar que, a partir destes dois quadros, fizemos a quantificação das categorias (exposta nas tabelas seguintes), tendo em vista uma análise qualitativo-discursiva. As propagandas são abreviadas da seguinte forma: PBH (Prefeitura de Belo Horizonte) e GEMG (Governo do Estado de Minas Gerais).

Primeiramente, a Tabela 1 mostra a quantificação das proposições e propostas.

Tabela 1: Número de proposições e propostas das propagandas

Propagandas	Proposições	Propostas
PBH	10	-
GEMG	2	5
TOTAL	12	5

Observando a Tabela 1, percebemos que a propaganda da PBH apresenta somente proposições (10 ocorrências). Talvez isso se deve ao fato de esta propaganda possuir uma natureza factual, i.e., devido ao seu teor turístico, ela é um veículo que se presta a informar a seus leitores sobre a renovação de um ponto turístico na cidade de Belo Horizonte, a orla da lagoa. Assim, ao mesmo tempo em que divulga esse ponto turístico, essa propaganda parece também destacar as melhorias no mesmo, o que aponta para a tensão e conflitos de vozes dentro deste texto (mais detalhes sobre esta questão, cf. Fairclough, 2003).

Observe o seguinte trecho retirado desta propaganda.

Como parte do programa Pampulha para Todos, que tem o objetivo de recuperar um dos mais importantes patrimônios da cidade, o entorno da lagoa recebeu nova pista de caminhada, ciclovia, rotatórias, novo paisagismo e urbanização, mirantes e sinalização turística. Além de ser um dos nossos mais importantes pontos turísticos, a Pampulha é uma referência histórica, arquitetônica, e cultural para toda a população. *(PBH)*

Neste trecho, são realçados os empreendimentos feitos pela Prefeitura de Belo Horizonte em prol da orla da lagoa da Pampulha e a importância desta região (Pampulha) para toda população. Como esta obra foi realizada em uma determinada região, que é turística, a propaganda “quer” que acreditemos que, devido à importância da Pampulha, esta obra beneficiará a população em geral, o que não é verdade, pois ela é muito mais direcionada aos moradores da região do que à toda a população, sendo que os cidadãos, que não frequentam a região, em princípio não usufririam as melhorias mencionadas.

O que se observa neste trecho, então, é o uso do discurso turístico a serviço do discurso sócio-político. Relativizando nossa análise, concordamos que uma região turística - como a Pampulha, por exemplo - deve estar bem preservada para que os turistas, as gerações atuais e as futuras tenham acesso à memória cultural da cidade, mas, considerando a existência de regiões em situação mais precária do que aquela e que necessitariam, portanto, de obras mais imediatas, podemos dizer que a proposição tenta utilizar o discurso turístico com fins sócio-políticos.

Considerando ainda a Tabela 1, vemos que a propaganda do GEMG apresenta mais propostas (5 ocorrências) que proposições (2 ocorrências). Essa frequência maior de propostas relaciona-se ao fato de que na propaganda do GEMG o discurso turístico é o dominante, uma vez que tais propostas (representadas pelo modo imperativo) funcionam como convites para que turistas visitem e usufruem os vários pontos turísticos do Estado de Minas Gerais, não havendo menção à realização de obras sociais.

Vejamos um exemplo desta propaganda em que há propostas.

Conheça e aproveite o que a vida tem de melhor. *(GEMG)*

Os processos no modo imperativo “Conheça” e “aproveite” não são tão assertivos no sentido de “dar ordens”, pois sua função relaciona-se mais à persuasão, à sugestão. Se considerarmos o restante da oração, na qual “vida” é uma referência indireta ao Estado de Minas Gerais, percebemos que visitar este Estado é um bom motivo para conhecer e aproveitar seus recursos turísticos, já que ele apresenta o que há de melhor.

Considere o período em seguida no qual há uma proposição e uma proposta.

Tem liberdade até na bandeira, imagina na natureza. (*GEMG*)

A primeira oração deste período “Tem liberdade até na bandeira” é uma proposição que apresenta a elipse do grupo nominal “O Estado de Minas Gerais”. Refere-se à inscrição em latim na bandeira deste Estado “Libertas Quae Sera Tamen” que diz respeito à liberdade. Com essa implicatura relativa à liberdade no sentido histórico-cultural e político, é feita a proposta na oração seguinte “imagina na natureza”, i.e., é quase irrefutável que a liberdade, além de estar presente na bandeira deste Estado, está presente também na natureza, a atração turística em foco nesta propaganda.

A Tabela 2 relaciona-se à quantificação de bens (*commodities*) e papéis no intercâmbio destes bens nas propagandas.

Tabela 2: Quantificação de bens (*commodities*) e papéis no intercâmbio nas propagandas

Bem/Papel no intercâmbio	PBH	GEMG
Informação/fornecendo	10	2
Informação/solicitando	-	-
Bens e serviços/fornecendo	-	-
Bens e serviços/solicitando	-	5
TOTAL	10	7

A propaganda da PBH possui somente informações sendo fornecidas devido ao fato de que seu propósito é utilizar-se da divulgação de um ponto turístico de Belo Horizonte, a orla da lagoa da Pampulha, para comunicar a realização das obras sociais nesta região aos seus habitantes.

Observe a seguinte informação sendo fornecida por esta propaganda.

A prefeitura de Belo Horizonte comemora o aniversário da cidade com a entrega de mais uma importante etapa das obras de recuperação da Pampulha: a orla da lagoa totalmente revitalizada. (*PBH*)

Essa informação nos diz que foi entregue “mais uma importante etapa das obras de recuperação da Pampulha”, o que indica que as obras ainda estão em andamento. O restante do período “a orla da lagoa total revitalizada”, entretanto, nos dá a impressão de que essa “importante etapa” contribui imensuravelmente para a “revitalização total” da orla da lagoa. Percebe-se nesta proposição que o fornecimento da informação é articulado

para que o leitor “se impressione” com a “etapa importante” das obras de recuperação da Pampulha que até a deixou “totalmente revitalizada”.

Apesar da diferença de tamanho entre os textos, sendo que a propaganda da PBH é maior, já que tem períodos bem mais longos do que a propaganda do GEMG, esta última possui somente três ocorrências a menos de bens (*commodities*) (5 “bens e serviços” e 2 “informações”) em relação à primeira, o que revela uma relativa proporção dos dados sob este ponto de vista.

Na propaganda da GEMG, vemos que o predomínio de bens e serviços relaciona-se ao propósito da mesma em “persuadir”, “sugerir” as pessoas a visitarem as atrações turísticas de Minas Gerais, como anteriormente mencionado. Pelo fato desta “persuasão”, desta “sugestão” operar por meio da solicitação de bens e serviços, elas se dão através do modo imperativo dos processos.

Vejamos a proposta a seguir:

E sinta um gostinho de liberdade que só aqui tem. (*GEMG*)

O papel de solicitação no intercâmbio de bens e serviços na proposta acima sugere que a liberdade, assunto freqüente nesta propaganda, i.e., seu gostinho, é somente alcançado para aqueles que visitam o Estado de Minas Gerais.

A Tabela 3 refere-se à freqüência de absolutos nas propagandas.

Tabela 3: Freqüência de absolutos nas propagandas

	PBH	GEMG
Absolutos	5	4

Segundo Butt et al. (2000), os absolutos (Halliday, 1994), por não apresentarem modo oracional, não são passíveis de serem contestados. Ao observarmos a Tabela 3, percebemos que a presença desta estrutura é um pouco maior na propaganda da PBH (5 ocorrências) em comparação à propaganda do GEMG (4 ocorrências). A freqüência de absolutos nas duas propagandas está muito equilibrada, mas cumpre indicar que os mesmos servem a propósitos distintos em cada uma delas.

Considere a seguir um exemplo de absoluto na propaganda da PBH:

Construindo uma cidade para todos. (*PBH*)

Este exemplo é um absoluto por apresentar uma forma não-finita (“Construindo”) e por não ser possível a recuperação imediata do finito. Este absoluto não permite, sob uma perspectiva lingüística, que contestemos o conteúdo social que permeia a propaganda.

Em seguida, um exemplo de absoluto na propaganda do GEMG:

MINAS GERAIS – GOVERNO DO ESTADO – TURISMO –
Construindo um novo tempo. (*GEMG*)

Com a mesma forma não-finita do exemplo anterior (“Construindo”), este absoluto mostra um conteúdo diferente do absoluto da propaganda da PBH: “construir” neste absoluto da propaganda do GEMG está mais atrelado com a “renovação” (“novo tempo”) do turismo em Minas Gerais do que com a questão social propriamente dita.

Com essa breve análise, podemos perceber que a propaganda da PBH apresenta um conflito dos discursos turístico e sócio-político enquanto que a propaganda do GEMG prioriza o discurso turístico.

Neste momento, analisaremos os adjuntos modais nas duas propagandas.

A Tabela 4 relaciona-se à classificação de adjuntos modais nas propagandas.

Tabela 4: Frequência de adjuntos modais nas propagandas

Adjuntos Modais	PBH	GEMG
Intensidade	2	2
Polaridade	1	-
Temporalidade	2	-
TOTAL	5	2

De acordo com Eggins (1994:166), os adjuntos modais são constituintes que adicionam significados interpessoais à oração, i.e., acrescentam alguma qualificação aos elementos do modo oracional. Assim, tais adjuntos não apresentam relevância para o significado experiencial das proposições, pois eles apenas modificam, conferem uma perspectiva ao argumento expresso no modo oracional.

Na propaganda da PBH, encontramos cinco ocorrências de adjuntos modais: “totalmente”, “já”, “não”, “principalmente” e novamente “já”, como pode ser visto pela

Tabela 4. Estes adjuntos caracterizam uma interferência do falante enaltecendo, sob algum aspecto, as medidas tomadas pela Prefeitura.

Vejamos cada um dos exemplos com adjuntos modais na propaganda da PBH em itálico.

A prefeitura de Belo Horizonte comemora o aniversário da cidade com a entrega de mais uma importante etapa das obras de recuperação da Pampulha: a orla da lagoa *totalmente* revitalizada. (PBH)

A Prefeitura, através de diversas parcerias, *já* concluiu importantes etapas do programa, como a construção do vertedouro, unidade de tratamento de água, da canalização de córregos, a reforma da casa do baile e o projeto de recuperação da Igreja de São Francisco de Assis, entre outros. (PBH)

E a cidade *não pára*. (PBH)

Outro exemplo é o Centro Vivo: um amplo programa de revitalização de toda a área central da cidade, que promove a recuperação da arquitetura, da cultura, do lazer, da segurança, de toda a atividade comercial e, *principalmente*, da qualidade de vida. (PBH)

Em Belo Horizonte, o futuro *já* começou. (PBH)

O primeiro, “totalmente”, expressando intensidade, confere uma completude à obra realizada na lagoa da Pampulha, ou seja, em todos os aspectos o estado da lagoa foi melhorado. O adjunto modal “já”, que expressa temporalidade, em ambas ocorrências enfatiza o caráter urgente das ações da administração municipal, i.e., o ritmo com que ela desenvolve os seus projetos. Tal perspectiva é endossada pela presença do adjunto modal de polaridade negativa “não” acompanhado do processo “pára” que, nesse caso, privilegia a dinâmica em que funciona a cidade. Há ainda um enfoque no caráter social das realizações da Prefeitura, o qual naturalmente perpassa toda a propaganda e é evidenciado por meio do adjunto modal de intensidade “principalmente”.

Assim, notamos que a presença dos adjuntos modais nesta propaganda privilegiou a inserção de favoráveis perspectivas do falante sobre a informação veiculada ressaltando, sobretudo, a eficácia e a abrangência das obras que estão sendo executadas pela Prefeitura.

Como pode ser observado na Tabela 4, a propaganda do GEMG, por sua vez, apresenta apenas dois adjuntos modais, ambos expressando intensidade. A seguir, consideremos os dois exemplos nos quais eles estão presentes (em itálico).

Tem liberdade *até* na bandeira, (...) (*GEMG*)

E sinta um gostinho de liberdade que *só* aqui tem. (*GEMG*)

Podemos dizer que “até” consiste em um adjunto modal que opera em função de um potencial expansivo. Por exemplo, em “Tem liberdade até na bandeira”, podemos admitir que a liberdade expandiu, se estendeu do seu lugar comum e alcançou até a bandeira. Portanto, nesse percurso ela atingiu a natureza, a qual se encontra entre o lugar comum da liberdade e a bandeira, o seu ponto máximo. Por outro lado, o adjunto modal “só” caracteriza-se por seu caráter restritivo, aqui valorizando uma peculiaridade de Minas Gerais. Assim, podemos considerar que os adjuntos modais “até” e “só”, embora apresentem âmbitos relativamente opostos no que tange à ampliação e à restrição, respectivamente, ambos destacam aspectos exclusivos de Minas Gerais.

Portanto, notamos que os adjuntos modais fazem parte do conteúdo interpessoal da oração, uma vez que manifestam o posicionamento do falante, “monitorando” a emissão/recepção da informação ou dos bens e serviços.

Em seguida, trataremos da interessoalidade em itens lexicais.

Como mencionado na metodologia deste trabalho, classificamos, em ambos textos, os itens lexicais que apresentam uma carga interpessoal mais proeminente de acordo com dois dos parâmetros de avaliação de Hunston e Thompson (2003) e indicamos a classificação feita nos Quadros 10 e 11.

A seguir, na Tabela 5, mostramos a quantificação destes itens a partir dos parâmetros considerados (PJV → parâmetro de julgamento de valor; PI → parâmetro de importância e AP → ambos parâmetros).

Tabela 5: Interessoalidade em itens lexicais

	Parâmetro de Julgamento de Valor	Parâmetro de Importância	Ambos Parâmetros	Total
PBH	17	14	2	33
GEMG	10	0	1	11

Na Tabela 5, podemos ver que o texto da PBH tende a utilizar um número maior de itens lexicais com carga interpessoal do que o texto do GEMG, sem privilegiar grandemente a utilização de itens que indicam julgamento de valor ou de importância - o que pode ser visto no equilíbrio numérico destes itens: enquanto 17 itens foram classificados na primeira categoria, 14 itens foram classificados na segunda.

Observemos o seguinte exemplo com os itens lexicais em itálico.

Pampulha para Todos. Nova orla da lagoa. Mais um grande passo para a recuperação da Pampulha. (PBH)

Neste exemplo, a interpessoalidade em itens lexicais alterna entre o PJV e o PI. O parâmetro de julgamento de valor está presente nos itens lexicais “Nova” e “recuperação”, que apresentam uma prosódia semântica positiva, condizente com os bons resultados da obra que está sendo feita na orla da lagoa da Pampulha. Já o parâmetro de importância manifesta-se, neste exemplo, através do grupo preposicionado “para Todos” e do grupo nominal “Mais um grande passo”, grupos que expressam as proporções desta obra, tendo em vista a relevância da mesma para a cidade de Belo Horizonte.

O texto do GEMG, por outro lado, privilegia visivelmente a utilização de itens lexicais que exprimem julgamento de valor com conotações positivas, o que pode indicar que este texto tende a se posicionar mais fortemente em relação à mensagem que apresenta.

Considere o exemplo a seguir em que os itens lexicais estão em itálico.

Natureza, aventura e emoção. (GEMG)

Este exemplo é um absoluto permeado de interpessoalidade em seus itens lexicais. Mesmo que essa estrutura não possa ser contestada, ela desempenha aqui um papel fundamental na interpessoalidade em questão. Os três itens lexicais presentes neste absoluto “Natureza”, “aventura” e “emoção” pertencem ao parâmetro de julgamento de valor e apresentam uma prosódia semântica bastante positiva. Isso se deve ao fato de que esses itens lexicais, pelo seu conteúdo positivo, funcionarem como um atrativo a mais para aqueles que por acaso queiram visitar Minas Gerais.

Apesar de os casos que foram classificados como limítrofes, indicando tanto um julgamento de valor quanto um julgamento de importância, não terem sido tão frequentes, é útil explicá-los em função de seu hibridismo. Há apenas dois casos no texto da PBH e

um caso no do GEMG. Vejamos os exemplos nos quais a categoria AP foi considerada (em itálico) na propaganda da PBH.

Nos 106 anos de BH, a Prefeitura dá mais *um presente para todos*. (PBH)

A Prefeitura *continua trabalhando* também em todas as regiões, com diversas obras e ações sociais que beneficiam toda a população. (PBH)

No primeiro exemplo, o grupo nominal “um presente para todos” foi considerado uma categoria de AP, pois o núcleo deste grupo “um presente” apresenta um julgamento de valor positivo ao passo que o grupo preposicionado, que está dentro do grupo nominal, “para todos” relaciona-se ao parâmetro de importância. Esse grupo nominal refere-se à obra (“um presente”), cuja relevância estende aos belo-horizontinos em grande escala (“para todos”).

No segundo exemplo, o grupo verbal “continua trabalhando” agrega ao mesmo tempo tanto o julgamento de valor quanto o de importância por indicar que a Prefeitura de Belo Horizonte dá continuidade aos seus trabalhos em prol da população e essa continuidade apresenta um caráter tanto positivo quanto importante para os belo-horizontinos em geral.

Considere a única instância de AP na propaganda do GEMG (em itálico).

Tem liberdade até na bandeira, imagina na *natureza*. (GEMG)

O item lexical “natureza” está dentro de um grupo preposicionado que indica uma circunstância de localização. Este item possui “ambos parâmetros” em função do grupo verbal “imagina” que influencia “natureza” no que tange ao fato de que, por esse grupo verbal retomar a condição de liberdade que a natureza também tem, ela acaba apresentando uma prosódia semântica positiva e adquirindo importância para os leitores da propaganda, pois torna-se um ponto turístico bastante atrativo.

Assim, estruturas de avaliação híbridas como a de “ambos parâmetros” mostram como os usuários da linguagem demonstram seu posicionamento, sua atitude diante de algo que consideram ser tanto positivo quanto importante a partir de seu ponto de vista e, muitas vezes, a partir do ponto de vista daqueles com quem eles estão interagindo.

Na seção seguinte, a partir dos dados quantitativos e qualitativo-discursivos obtidos através da nossa análise, apresentamos as considerações finais deste artigo.

5. Considerações Finais

Neste artigo, apresentamos a metafunção interpessoal da linguagem e um breve estudo baseado em suas categorias. Ao realizarmos a nossa análise, mapeamos as proposições e as propostas, i.e., o tipo de bem (*commodity*) que estava sendo intercambiado, informações e bens e serviços, respectivamente; observamos ainda se o tipo de bem estava sendo solicitado ou fornecido. Além disso, consideramos os adjuntos modais e a proeminência interpessoal de determinados itens lexicais. Ao efetuarmos tal estudo, tivemos como objetivo exibir uma amostra de aplicação da metafunção interpessoal, traçando o perfil de duas propagandas concebidas por instituições governamentais.

Percebemos que, no texto da PBH, prevalecem as proposições, há apenas fornecimento de informações; os adjuntos modais de intensidade e de temporalidade apresentam-se igualmente expressivos; assim como os itens lexicais de julgamento de valor positivo e de importância. Tais resultados, extraídos dos elementos interpessoais do texto, revelam o seu caráter político, um propósito de fazer uma prestação de contas acerca das realizações da Prefeitura, e evidenciam os recursos utilizados para enaltecer o trabalho do governo municipal, procurando garantir o apoio social.

Já no texto do GEMG, encontramos um predomínio de propostas, de solicitação de bens e serviços; a ocorrência de adjuntos modais expressando intensidade; e a presença de interpessoalidade nos itens lexicais destinada apenas ao julgamento valor, o qual, naturalmente, é positivo. Tais constatações mostram-se condizentes com o fato de estarmos diante de um texto que pretende incentivar o turismo no Estado de Minas Gerais.

Assim, tendo em vista que o nosso corpus é composto por textos do gênero propaganda institucional, notamos que uma análise respaldada na metafunção interpessoal da linguagem revela-se consideravelmente produtiva, uma vez que as categorias previstas por tal metafunção evidenciam os recursos lingüísticos utilizados

pelo falante a fim de configurar o seu discurso de maneira satisfatória, por exemplo, de acordo com a proposta do gênero do discurso em que o seu texto está inserido.

Referências Bibliográficas

Assis, Diego. Artistas criam salão de humor para HQs engraçados. *Folha de São Paulo*, 20 de junho de 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u51442.shtml>>. Acesso em: 20 de junho de 2005.

Assis, Machado de. *A mão e a luva*. Rio de Janeiro: Garnier, 1988.

Assis, Machado de. *Contos fluminenses*. Rio de Janeiro: Garnier, 1989.

Assis, Machado de. Na arca. In: ASSIS, M. *Contos fluminenses*. Rio de Janeiro: Garnier, 1989.

Assis, Machado de. *Dom Casmurro*. Rio de Janeiro: Garnier, 1992.

Barbara, Leila; Gouveia, Carlos. Tema e estrutura temática em PE e PB: um estudo contrastivo das traduções portuguesa e brasileira de um original inglês. *Direct Papers* 48, PUC-SP and University of Liverpool, 2003.

Bergamo, Mônica. Deputada tucana diz que recebeu proposta de dinheiro de partido aliado. *Folha de São Paulo*, 20 de junho de 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u69625.shtml>>. Acesso em: 20 de junho de 2005.

Butt, David et al. *Using Functional Grammar: an explorer's guide*. 2nd ed. Sydney: Macquarie University, 2000.

Capa. Revista *Atrévada*. São Paulo, ANO XII, Nº 129.

Condutores. Revista *Veja*, São Paulo, Edição 1895, Ano 38, nº 10, 9 de março de 2005.

Downing, Angela. An alternative approach to theme: A systemic-functional perspective. *Word*, New York, v. 42, nº 2, 1991. p. 119-143.

Eggins, Suzanne. *An introduction to systemic functional linguistics*. London and New York: Continuum, 1994.

Fairclough, Norman. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London and New York: Routledge, 2003.

Guimarães, Bernardo. *A escrava Isaura*. São Paulo: Ática, 1998.

Halliday, Michael Alexander Kirkwood. *An introduction to functional grammar*. 1st ed. London: Edward Arnold, 1985.

Halliday, Michael Alexander Kirkwood. *An introduction to functional grammar*. 2nd ed. London: Edward Arnold, 1994.

Halliday, Michael Alexander Kirkwood; Matthiessen Christian. *An introduction to functional grammar*. 3rd ed. London: Edward Arnold, 2004.

Hawking, Stephen. *Uma breve história do tempo*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

Hunston, Susan; Thompson, Geoff. Evaluation: An Introduction. In: Hunston, Susan; Thompson, Geoff. (Eds.) *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: OUP, 2003. p. 1-27.

Matérias diversas. Revista *Atrevida*. São Paulo, ANO XII, Nº 129, p. 3, 118, 119.

Minas Gerais/Governo do Estado/Turismo. Tem liberdade até na bandeira, imagina na natureza. *Revista Encontro*, Belo Horizonte, Ano II, Nº 23, Janeiro de 2004. p.131.

Prefeitura – BH. Nova orla da lagoa. *Revista Encontro*, Belo Horizonte, Ano II, Nº 23, Janeiro de 2004. p. 62.

Rodrigues, Roberta Rego. *A organização temática em A hora da estrela e The hour of the star*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG/PosLin, 2005. (Dissertação, Mestrado em Lingüística Aplicada, inédita).