

Funções retóricas da primeira pessoa do plural em textos do gênero Editorial em revistas de cultura

Rhetorical functions of the first person plural in texts of the genre Editorial in culture magazines

Renan Paulo BINI¹

Resumo

Este artigo objetiva descrever as funções retóricas associadas à primeira pessoa do plural mobilizadas em quatro textos do gênero Editorial, publicados em revistas de cultura. Foram selecionados recortes de textos publicados em 2018, a saber: duas edições da *Nova Águia: Revista de Cultura para o Século XXI* (ed. 21 e 22) (Portugal) e duas edições da *Cult* (ed. 231 e 233) (Brasil). Para a fundamentação das análises, utilizaram-se, como escopo teórico, aportes da Retórica e da Pragmática. As análises evidenciaram que a primeira pessoa do plural é uma ferramenta argumentativa eficaz, articulada e flexível, capaz de mobilizar diferentes efeitos de sentido. Nos editoriais analisados, foram constatadas cinco funções retóricas da primeira pessoa do plural vinculadas às categorias *ethos*, *pathos* e *logos*, sendo que as funções retóricas ligadas à *exclusividade* (*eu + objetos discursivos*) são mais recorrentes (quatro) devido às características do gênero.

Palavras-chave: Editorial. Retórica. Primeira Pessoa do Plural.

Abstract

This article aims to describe the rhetorical functions associated with the first person plural mobilized in four texts of the Editorial genre, published in culture magazines. Cuttings of texts published in 2018 were selected, namely: two editions of *Nova Águia: Revista de Cultura para o Século XXI* (issues 21 and 22) (Portugal) and two editions of *Cult* (issues 231 and 233) (Brazil). The analyses were based on the theoretical framework of Rhetoric and Pragmatics. The analyses showed that the first person plural is an effective argumentative tool, articulated and flexible, capable of mobilizing different effects of meaning. In the analyzed editorials, five rhetorical functions of the first person plural linked to the categories *ethos*, *pathos* and *logos* were verified, being that the rhetorical functions linked to *exclusivity* (*I + discursive objects*) are more recurrent (four) due to the characteristics of the genre.

Keywords: Editorial. Rhetoric. First Person Plural.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unioeste e Bolsista da Capes.
E-mail: renanpaulobini@hotmail.com

Introdução

Pretende-se, neste artigo, descrever as funções retóricas associadas à primeira pessoa do plural (doravante PPP) mobilizadas em quatro textos do gênero Editorial, publicados em revistas de cultura no Brasil e em Portugal. Considerando que as estratégias utilizadas para persuadir são moldadas a partir de particularidades de cada audiência, entende-se a necessidade de delimitação de gênero textual, período histórico, similaridade entre públicos e temáticas. Assim, foram selecionados editoriais publicados em 2018, a saber: duas edições da *Nova Águia: Revista de Cultura para o Século XXI* (ed. 21 e 22) (Portugal) e duas edições da *Cult* (ed. 231 e 233) (Brasil), sendo que as edições de ambos os periódicos são dedicadas a personalidades da cultura e da literatura de seus respectivos países. Considera-se essa seleção suficiente aos propósitos deste trabalho, por se tratar de uma pesquisa qualitativa com viés interpretativista, com fins ilustrativos dos fenômenos analisados.

Para a fundamentação teórica, foram consideradas propostas teóricas, principalmente, da Pragmática e da Retórica, entre outras perspectivas que contribuem para o entendimento dos elementos linguísticos analisados. A Pragmática é a ciência do uso linguístico, estuda as condições que orientam a linguagem e a prática linguística, como a enunciação, ou seja, o ato de produzir enunciados, que são realizações linguísticas concretas (FIORIN, 2010). Na Perspectiva da Pragmática, alguns fatos linguísticos só são entendidos em função do ato de enunciar, como os pronomes pessoais. Já o objeto da Retórica, na perspectiva de Perelman e Olbrechts Tyteca (2017), é a argumentação persuasiva desenvolvida por meio de um conjunto de procedimentos discursivos mobilizados para conseguir adesão do auditório à tese proposta no discurso.

Considera-se que a argumentação no gênero Editorial, em revistas voltadas ao jornalismo cultural, é construída por meio da manipulação da imagem que o articulista produz não só de si, mas também do veículo de comunicação (*ethos*), uma vez que o gênero representa o posicionamento oficial do veículo; do discurso (*logos*); e do conjunto de emoções que são suscitados na audiência (*pathos*). Para construir esses três tipos de argumentos², o articulista pode mobilizar diferentes estruturas léxico-sintáticas que

² A classificação de diferentes argumentos nas categorias retóricas *ethos*, *pathos* e *logos* remonta às tradições clássicas greco-latinas. Ressalta-se que outras áreas de estudo, na atualidade, também utilizam esses termos, como a Análise do Discurso, a Semântica Formal, entre outras perspectivas teóricas, que possuem singularidades no modo de concepção e de análise desses argumentos.

marquem explicitamente um determinado posicionamento, bem como organizar o discurso e o valor semântico dos termos escolhidos.

Há inúmeras estratégias argumentativas que se articulam com marcas lexicais orientadoras do processo interativo. Nesse artigo, são apresentadas análises com enfoque específico em parte da elocução³ do discurso: argumentos que mobilizam diferentes funções retóricas da PPP, realizados por articulistas do gênero editorial na construção de sentidos ligados às categorias retóricas *ethos*, *pathos* e *logos*. Assim, analisa-se como pronomes e verbos flexionados na PPP atuam retoricamente em textos da *Nova Águia* e da *Cult*.

Com relação ao estudo de estratégias retóricas utilizadas no gênero editorial, em nível elocucional, há algumas pesquisas recentemente publicadas, como o estudo de Bini (2020) sobre o uso de operadores argumentativos e modalizadores em editorial publicado em um jornal impresso brasileiro. Também foram encontradas pesquisas comparativas entre editoriais publicados em diferentes culturas, como o estudo de Maddalena e Belmonte (2011), que apresenta uma análise linguística da interação escritor-leitor em editoriais de jornais em espanhol europeu e em inglês americano. Contudo, não foram identificados estudos sobre comparações entre estratégias linguísticas que assumem funções retóricas em textos desse gênero no Brasil e em Portugal.

A escolha desse gênero justifica-se pelo caráter argumentativo e pelo fato de que, conforme Grácio e Mosca (2016, p. 37), o editorial contém “elementos circunstanciais que lhe conferem atualidade e o fazem participar das referências partilhadas do interdiscurso social num dado momento”. Já a escolha dos periódicos ocorreu devido à proximidade entre os conteúdos vinculados em ambas as revistas, uma vez que *Cult* e *Nova Águia* apresentam textos jornalísticos com temas relacionados à filosofia, à cultura, à literatura, entre outros temas relacionados à área das ciências humanas.

Na seção *O gênero editorial nas revistas Cult e Nova Águia*, reflete-se sobre especificidades relacionadas ao gênero nos periódicos selecionados para a análise. Na seção *Estratégias retóricas de construção de ethos, pathos e logos em nível linguístico em editoriais da Cult e da Nova Águia*, para dar conta do uso estratégico de pronomes e

³ Em relação ao conceito de elocução, considera-se a perspectiva de Figueiredo e Ferreira (2016, p. 50). Para os autores, a elocução “refere-se à redação escrita do discurso, ao estilo, à expressão. Refere-se, pois, ao trabalho com a linguagem”. Assim, entende-se que a elocução revela o estilo do orador, que deve ser adaptado ao estilo da audiência.

verbos flexionados na PPP, são apresentadas discussões teóricas e as análises do artigo. Posteriormente, há as considerações finais e as referências desta pesquisa.

1 O gênero editorial nas revistas *Cult* e *Nova Águia*

Melo (1994), a partir de classificações de jornais internacionais, propôs a especificação do jornalismo em dois âmbitos: o de *informação*, que compreende os gêneros que apresentam descrição de fatos, como nota, notícia, reportagem e entrevista; e o de *opinião*, que manifesta um determinado posicionamento, como os gêneros editorial, comentário, artigo de opinião, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. Também Melo e Assis (2016) apresentam outras três categorias de gêneros jornalísticos, que mesclam características tanto dos gêneros informativos quanto dos opinativos: os *interpretativos*, como análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê; os *diversionais*, como história de interesse humano e história colorida (relatos de natureza pictórica); e os utilitários, como indicador, cotação, roteiro e serviço.

Embora essa classificação seja útil para a estruturação do jornalismo e para o direcionamento das expectativas dos leitores, que esperam determinados conteúdos em diferentes seções – como o posicionamento institucional no Editorial ou a descrição dos fatos seguindo o *lead* em uma notícia – observa-se que os gêneros jornalísticos estão em constante transformação estrutural e estilística e que podem incorporar características de outros gêneros, a depender da intencionalidade dos articulistas ou das particularidades do veículo de comunicação em que são publicados. Ou seja, considerando-se, especificamente, o Editorial, é possível que este também apresente características dos gêneros utilitários, diversionais, interpretativos e informativos. Grácio e Mosca (2016, p. 40), sobre os textos opinativos, afirmam que

A dimensão do opinativo é assim dada pela maneira personalizada de construir o seu ponto de vista e de o reforçar através de argumentos e de estratégias argumentativas (por exemplo, a forma de ordenar o discurso e de sequenciar os argumentos) que visam promover ou aumentar a adesão do auditório.

Neste artigo, especificamente, analisa-se o uso elementos linguísticos na PPP como estratégias retóricas presentes em textos do gênero Editorial em revistas de cultura. Seguindo essa perspectiva, entende-se que os gêneros opinativos são textos “nos quais

são expostos pontos de vista acerca de algo” (MELO; ASSIS, 2016, p. 52). Assim, o que difere o Editorial dos demais gêneros opinativos é o fato de este registrar um posicionamento institucional de forma explícita.

Conforme Soares (2016), o Editorial funciona como um discurso exortativo⁴, uma vez que sua estruturação é organizada com argumentos que visam interferir no modo como as pessoas agem. Assim, nos diferentes estágios argumentativos que compõem um editorial, “o escritor utiliza estratégias retóricas para informar, opinar, tendo o propósito de atingir persuasão/exortação do leitor” (SOARES, 2016, p. 56-57).

A literatura consultada para o desenvolvimento deste artigo, conforme será demonstrado na próxima seção, demonstra que há níveis de argumentação, sendo que alguns gêneros textuais conseguem se aproximar da imparcialidade e outros apresentam a argumentação de forma explícita. No caso do gênero escolhido para análise, o Editorial, nota-se que as estratégias retóricas são mais explícitas. No entanto, em todos os textos, são observadas estratégias argumentativas, uma vez que a própria tentativa de deixar o texto mais isento é uma forma de aderir credibilidade e de fortalecer o *ethos* do jornalista e da empresa em que o texto é publicado.

Para Soares (2016, p. 71), há dois níveis principais de argumentação no gênero editorial, o microestrutural, em que é possível direcionar a interpretação dos leitores a partir das escolhas linguísticas; e o macroestrutural, que envolve quatro movimentos principais: “1) Estabelece autoridade e credibilidade para o produtor do texto; 2) Apresenta a situação e ou o problema que será discutido; 3) Apresenta comandos que podem dissimulados como sugestões; 4) Propõe resultados desejáveis ou não”. Nota-se que todos esses movimentos são importantes para o convencimento da audiência e que os dois níveis são relacionados.

Há que se considerar também que, segundo Vieira (2009), o Editorial é influenciado por uma teia de articulações políticas complexas, uma vez que as empresas buscam alinhar o posicionamento editorial não só a partir de interesses dos membros das instituições financeiras que colaboram com o veículo de comunicação, mas também a partir da opinião da coletividade que compõe o público-alvo do veículo de comunicação.

⁴ O discurso exortativo visa persuadir as pessoas a fazerem algo, utilizando recursos que expressam sentimentos e atitudes, por meio de verbos, advérbios, substantivos e adjetivos que projetam efeitos de sentido que posicionam determinados destinatários.

Assim, para as análises, devem-se considerar também aspectos circunstanciais aos periódicos escolhidos.

A *Nova Águia: revista de cultura para o século XXI* possui periodicidade semestral e é publicada pela editora Zéfiro, de Portugal. A *Nova Águia* foi criada para homenagear a revista *A Águia*, importante revista de cultura portuguesa do século XX, que teve a colaboração de autores como Teixeira de Pascoaes, Jaime Cortesão, Raul Proença, Leonardo Coimbra, António Carneiro, António Sérgio, Fernando Pessoa e Agostinho da Silva (ZÉFIRO, 2020). Conforme Zúquete (2015), que estudou o nacionalismo e a política externa de Portugal, a *Nova Águia* atua como órgão principal de divulgação das manifestações culturais lusitanas, e apresenta pensamento ligado ao Movimento Internacional Lusófono (MIL)⁵. Para o autor, na revista, “o imaginário lusófono surge em toda a sua intensidade e expansionismo; até abranger, para os militantes da Lusofonia redentora, o mundo inteiro” (ZÚQUETE, 2015, p. 88).

Já a *Cult* tem periodicidade mensal voltada às áreas da Arte, Cultura, Filosofia, Literatura e Ciências Humana. Conforme Bini e Sella (2019), a *Cult* possui um público-alvo específico e intelectualmente elitizado, composto, majoritariamente, não só por pessoas com afinidade pelas temáticas veiculadas no periódico, mas também por leitores que possuem conhecimento de mundo necessário para compreender textos complexos, mais extensos do que os publicados em revistas populares. Os textos da revista possuem um certo grau de cientificidade, uma vez que o conteúdo está, de certo modo, alinhado a estudos/teorias na área das Ciências Humanas. No entanto, segundo Tarapanoff (2010), apesar de abordar temas complexos, os textos da revista tentam facilitar a linguagem para que o conhecimento científico chegue ao maior número possível de pessoas.

Assim, considerando a *Nova Águia* e a *Cult*⁶, veículos de comunicação em que os recortes de análise deste artigo foram coletados, observa-se que os articulistas e os

⁵ De acordo com Epifânio (2019, p. 01), o MIL: Movimento Internacional Lusófono nasceu no início de 2008, e é “a maior instituição da sociedade civil no que se refere ao reforço dos laços entre os países e regiões do espaço lusófono – a todos os níveis: cultural, social, económico e político –, assim procurando cumprir o sonho de Agostinho da Silva: a criação de uma verdadeira comunidade lusófona, numa base de liberdade e fraternidade. Sendo a *Nova Águia* uma das expressões maiores desse nosso horizonte” (EPIFÂNIO, 2019, p. 01).

⁶ A breve descrição realizada acima ilustra as características singulares dos periódicos. Se, por um lado, a *Nova Águia* atua na defesa de um legado, o da cultura portuguesa, em âmbito tanto nacional quanto internacional; a *Cult*, por outro lado, abarca as Ciências Humanas de um modo geral, apresentando edições que extrapolam o cenário brasileiro, que podem popularizar, para um público-alvo específico, correntes teóricas. Contudo, uma vez que ambos os periódicos dedicam edições a determinados temas, algumas são possíveis de serem analisadas/comparadas, como nas selecionadas para os propósitos deste artigo, em que

editores dos periódicos, com o intuito de conseguir adesão da audiência às teses propostas, constroem seus discursos por meio de diversas estratégias retóricas. Nos textos, são valorizadas as prováveis crenças e características culturais e sociais do público-alvo e, conseqüentemente, provocando um conjunto de emoções interpostos aos aspectos culturais do Brasil (*Cult*) e de Portugal (*Nova Águia*).

Nesta seção, foram descritas algumas características do gênero Editorial, com o intuito de contextualizá-lo e apresentá-lo como a voz institucional dos veículos de comunicação. Entendendo seu potencial argumentativo, na seção a seguir, apresenta-se uma fundamentação teórica que contribui para a análise de estratégias retóricas utilizadas em textos deste gênero.

2 Estratégias retóricas de construção de *ethos*, *pathos* e *logos* em nível linguístico em editoriais da *Cult* e da *Nova Águia*

Segundo Perelman e Olbrechts Tyteca (2017), o objeto da Retórica é a argumentação persuasiva, desenvolvida por meio de um conjunto de procedimentos discursivos mobilizados para conseguir adesão do auditório à tese proposta no discurso. Os pesquisadores observam o fenômeno da argumentação considerando a audiência e o articulista em textos escritos. Há que se ressaltar que essa perspectiva teórica é embasada na teoria desenvolvida por Aristóteles (2017, p. 45), que foi o primeiro a constatar a existência de três meios de persuasão: “O primeiro depende do caráter pessoal do orador; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espírito; e o terceiro, do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar”.

Considerando esses três meios de persuasão, inicialmente, cumpre-se ressaltar que, no gênero editorial, não se leva em conta, especificamente, o caráter pessoal do orador em si, mas sim a imagem institucional do periódico no qual o texto é vinculado. Considera-se, neste artigo, que os articulistas, no gênero editorial, procuram aumentar a adesão da audiência às teses defendidas, que representam o posicionamento oficial dos veículos de comunicação selecionados, a *Cult* e a *Nova Águia*. Para isso, apresentam argumentos compatíveis com as expectativas dos leitores e utilizam diferentes estratégias

a *Cult* e a *Nova Águia* dedicam suas páginas à homenagem de personalidades da Literatura e da Cultura de seus respectivos países.

retóricas para o convencimento. A título de ilustração, veja-se o *Recorte 1*, que integra um editorial da *Nova Águia*:

Recorte 1: A secção seguinte é dedicada a Fidelino de Figueiredo. Em 2017 assinalaram-se os 50 anos de seu falecimento e o Instituto de Filosofia Luso-Brasileira promoveu um código sobre a sua obra. Alguns dos textos então apresentados são aqui publicados, associando-se assim a *Nova Águia* a esta Homenagem a uma grande figura da cultura lusófona, tais as pontes que criou: entre Portugal e o Brasil, entre Filosofia, História e Literatura (*Nova Águia*, 2018a, p. 5).

No *Recorte 1*, verifica-se que as diferentes estruturas léxico-sintáticas e o modo de organização do discurso, além do valor semântico dos termos escolhidos, não só cumprem a função de estruturar o gênero editorial, ou seja, de antecipar conteúdos discursivos que serão apresentados na revista, mas também marcam explicitamente um determinado posicionamento da *Nova Águia*. Como principais estratégias de evidenciar este posicionamento, em nível linguístico, no *Recorte 1*, notam-se: o uso do modo indicativo, que imprime certeza ao conteúdo; a menção explícita da *Nova Águia*, o que contribui para que os leitores projetem uma imagem de credibilidade e singularidade ao veículo de comunicação; a escolha por caixa alta no início do termo “Homenagem”, que, neste contexto, pode ampliar a força da relevância da ação vinculada à escolha linguística; e as escolhas lexicais que ressaltam a imagem de uma importante personalidade da cultura, da filosofia, da história e da literatura lusófona, o que pode conquistar leitores com paixões associadas ao tema.

Nessa perspectiva, para fundamentar as análises desta seção, são consideradas pesquisas já realizadas sobre a argumentação em textos jornalísticos e a sua relação entre o produtor do texto, o discurso e a audiência, com enfoque específico na forma em que elementos linguísticos imprimem sentidos. Segundo Adam (2016), os estudos retóricos, influenciados pela perspectiva aristotélica, consideram que a argumentação possui três polos complementares, presentes em qualquer movimento argumentativo: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*.

A literatura consultada demonstrou que a concepção de *ethos* é estudada por diferentes correntes teóricas. Na Retórica, Mosca (2001, p. 22) afirma que o *ethos* “envolve a disposição que os ouvintes conferem aos que falam”, e Dittrich (2012, p. 281) demonstra que o *ethos* é um modo de persuadir um auditório “mediante a credibilidade do orador constituída pela sua imagem social e pela representação construída ao longo de

seu discurso”. Considera-se, principalmente, a proposta de Dittrich (2012), uma vez que o estudioso da Retórica observa o *ethos* em textos jornalísticos. Segundo o pesquisador, o *ethos* pode manifestar-se em três dimensões a partir de três instâncias enunciativas no discurso: “extradiscursiva, inferida e tematizada. Correspondem, respectivamente, ao *ethos* prévio, ao *ethos* discursivo (construído no discurso) e ao *ethos* que o orador diz de si mesmo, como objeto da própria enunciação” (DITTRICH, 2012, p. 283).

Para compreender essas três dimensões, pode-se voltar ao Recorte 1. Verifica-se que a dimensão extradiscursiva, ou o *ethos* prévio, corresponde à memória que os autores já possuem sobre o periódico. A audiência assinante do periódico já conhece os propósitos da *Nova Águia* e, mesmo antes de realizar a leitura de novos textos, espera conteúdos jornalísticos vinculados à cultura de Portugal ou de outros países da língua portuguesa. Em relação à dimensão inferida, ou ao *ethos* discursivo, este corresponde à imagem que é construída no discurso, sem levar em consideração edições anteriores. Por exemplo, no trecho “A secção seguinte é dedicada a Fidelino de Figueiredo. Em 2017 assinalaram-se os 50 anos do seu falecimento e Instituto de Filosofia Luso-Brasileira promoveu um Colóquio sobre a sua obra”, a audiência pode projetar a imagem de uma organização, a *Nova Águia*, comprometida e dedicada à perpetuação da memória de Fidelino. Além disso, ao apresentar a cobertura jornalística de um Colóquio de Filosofia, os leitores associarão o periódico não só ao compromisso com a factualidade, mas também à construção de argumentos sólidos, ancorados também à credibilidade de instituições como o Instituto de Filosofia Luso-Brasileira. Já a dimensão tematizada, ou o *ethos* que o orador produz de si mesmo, pode ser verificada no trecho “Alguns dos textos então apresentados são aqui publicados, associando-se assim a *Nova Águia* a esta Homenagem a uma grande figura da cultura lusófona”, em que o articulista, em nome do periódico, posiciona e projeta explicitamente a imagem da revista.

Para compreender o conceito de *pathos*, pode-se recorrer a Dittrich (2012), que afirma que este é um modo de persuadir por meio do “apelo às paixões da plateia”. Mas também se consideram os estudos de Dascal (2016, p. 57), que afirma que o *pathos* é o “conjunto de emoções que o orador tenta suscitar em seu auditório”. Assim, nota-se que os argumentos ligados ao *pathos*, apesar de serem construídos em nível discursivo, apelam para aspectos externos, culturais, psicossociais, ideológicos e históricos. Ou seja, variam de acordo com a importância que cada audiência confere a um conjunto de valores, de evidências, de crenças, em uma doxa comum.

Já o termo *logos* pode ser traduzido, do grego, como “fala” ou “discurso” e, em segundo, “razão” ou “exercício da razão”. Mosca (2001, p. 22), por exemplo, que realizou estudos considerando as pesquisas de Perelman e Olbrechts-Tyteca, define o *logos* como “palavra e razão” e afirma que “não existe discurso sem auditório e não há argumentação sem retórica”. Assim, compreende-se que as categorias *ethos*, *pathos* e *logos* são interligadas e que podem ser observadas em todos os textos do gênero editorial, com maior ou menor prevalência, dependendo dos propósitos argumentativos do articulista responsável. Na seção secundária a seguir, discute-se como essas categorias se associam a diferentes funções da PPP em editoriais da *Cult* e da *Nova Águia*.

3.1 Funções retóricas da Primeira Pessoa do Plural em editoriais da *Cult* e da *Nova Águia*

A noção de pessoa gramatical, ou pessoa do discurso⁷, é fundamental para os propósitos deste artigo. Lopes (1998, [s.p.]) afirma que essa categoria está intimamente ligada às questões pragmáticas, pois designa “um elemento do universo discursivo que pressupõe, por sua vez, uma interação dialógica entre o falante – aquele que enuncia – e o ouvinte – a quem se dirige o enunciado”. E é nesse eixo falante-ouvinte que se estabelecem, a rigor, os pronomes pessoais: a primeira pessoa, eu/nós, e a segunda pessoa, tu/vós (e suas respectivas formas do caso oblíquo). A terceira pessoa do discurso é considerada não pessoa, por se encontrar fora desse eixo. Aqui, centra-se o olhar, especificamente, na primeira pessoa do plural (PPP), considerando verbos flexionados e pronomes.

A título de sintetização, apresentam-se, a seguir, os níveis de referencialidade e funções semânticas/ pragmáticas ligadas ao pronome pessoal na PPP. Ressalta-se que as perspectivas teóricas consultadas demonstram que a forma *a gente* possui equivalência ao nós em relação à referencialidade, no entanto, optou-se por não a discutir, neste artigo, uma vez que não se apresenta no *corpus*:

⁷ Conforme Neves (2018, p. 463), “o termo pessoa do discurso não implica que se trate de uma pessoa humana, ele apenas denomina os três tipos de referência discursiva: 1ª: aquela que produz a fala (enquanto fala de si mesma); 2ª: aquela a quem se dirige a fala; 3ª: aquela que é o tema da fala (ou seja, de que se fala)”.

Quadro 1 - Pronome pessoal na primeira pessoa do plural e respectivos níveis de referencialidade e funções semânticas/ pragmáticas

<i>Nós</i>	Não é a multiplicação de objetos idênticos, mas a junção de um <i>eu</i> com um <i>não-eu</i> . Pode ser mobilizado nas formas <i>inclusiva</i> (<i>eu + interlocutores</i>) ou <i>exclusiva</i> (<i>eu + objetos discursivos</i>).
------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor por meio da sintetização de preceitos da Pragmática.

No Quadro 1, verifica-se a possibilidade de a PPP assumir diferentes funções semânticas e pragmáticas em diferentes contextos, dependendo da intencionalidade de cada articulista. Além disso, evidencia-se a ambiguidade do *nós*, que não corresponde a um simples plural de *eu*. Segundo Manetti (2015, p. 29, tradução nossa), no pronome nós, “realiza-se uma particular junção entre o eu e o não-eu, traz como prova desta afirmação a diferenciação do pronome de primeira pessoa do plural em duas formas - o nós inclusivo e o nós exclusivo - que foi criada em várias línguas”. Essa classificação foi realizada, inicialmente, por Benveniste, que definiu o *nós inclusivo* como “a junção da pessoa não subjetiva com o eu implícito” e o *nós exclusivo* como a junção do eu com a “não pessoa” (BENVENISTE, 1991, p. 257). Veja-se os exemplos de *nós inclusivo* e *nós exclusivo* em Manetti (2015, p. 30, tradução nossa):

a mesma forma do *nós*, em uma língua como o italiano, por exemplo, será em alguns casos interpretada como *inclusiva* e em outros como *exclusiva*. Por exemplo, quando o apresentador do telejornal diz: “Estamos nos aproximando do período em que a declaração do imposto de renda deve ser concluída”, a forma da primeira pessoa do plural inclui seja o locutor, seja os expectadores de frente ao televisor (isso é, exprime um significado *inclusivo*). Ao contrário, quando o apresentador diz “Mostramos a vocês agora um serviço sobre os eventos do palácio Chigi”, a primeira pessoa do plural usada pelo locutor deve sofrer uma interpretação *exclusiva*, isto é, *eu + eles* (= a redação técnica).

Sobre os exemplos de Manetti (2015), nota-se que, apesar de as reflexões do autor serem voltadas para a língua italiana, essas referências semânticas para o uso do pronome *nós* também podem ser observadas na língua portuguesa em relação às formas *inclusiva* e *exclusiva*. Para Fauci (2016), a partir do momento em que o *nós* é utilizado, torna-se, no texto, uma ferramenta argumentativa eficaz, articulada e flexível, capaz de realizar diferentes máscaras sociais, que, neste artigo, compreendemos como *ethos*.

Assim, propõe-se, a partir da análise de uma seleção de recortes textuais apresentados a seguir, a descrição das funções retóricas associadas à PPP verificadas nos

editoriais avaliados. Ressalta-se que a seleção compreende não a totalidade de ocorrências na PPP nos quatro textos, mas sim, a título de ilustração, os mais representativos das cinco funções retóricas associadas à PPP constatadas nos textos analisados:

- 1) Fortalecimento do *ethos* vinculado ao trabalho em equipe no periódico através do *nós exclusivo*

Recorte 2: De seguida, na esteira do número anterior, em que **assinalámos** os 150 anos do nascimento de Raul Brandão, **publicamos** mais alguns textos sobre o autor de *Húmus*, bem como sobre António Nobre, nascido no mesmo ano de 1867. Em “Outras Evo(o)cações”, **estendemos** o **nosso** olhar a uma extensa série de outras figuras relevantes da cultura lusófona: de Afonso Botelho e Agostinho da Silva a Vergílio Ferreira e Vicente Ferreira da Silva (*Nova Águia*, 2018a, p. 5).

No Recorte 2, os elementos linguísticos destacados mobilizam a função *exclusiva* da PPP, em “**assinalámos**”, “**publicamos**”, “**estendemos**” e “**nosso**”, uma vez que o contexto do parágrafo imprime o efeito de sentido de que apenas a equipe da *Nova Águia* constitui o grupo virtual citado: *articulista + membros da equipe editorial*, ou seja, sem a inclusão dos leitores. Ressalta-se que não só o contexto enunciativo é responsável por viabilizar esses sentidos, mas também o próprio léxico dos verbos flexionados, que são relacionados a ações coletivas desenvolvidas nos bastidores da revista.

Em pesquisas da Pragmática, como o estudo de Fowler e Kress (2019), essa função retórica é classificada como *nós corporativo*, muito comum, principalmente, em textos publicitários. Quando o articulista opta por esta função, segundo Fowler e Kress (2019), nota-se um *nós* que fala em nome da organização. No caso do gênero editorial, a PPP pode fortalecer o *ethos* vinculado ao trabalho em equipe no periódico, mobilizando, entre os leitores, sentidos associados ao rigor, à qualidade do trabalho e ao profissionalismo.

- 2) Construção de *ethos* gentil e elogioso através do *nós exclusivo*

Recorte 3: No plano institucional, **dedicamos** este número à Academia Internacional da Cultura Portuguesa, que, em junho deste ano, honrou o MIL: Movimento Internacional Lusófono (e, por extensão, a *Nova Águia*) com a distinção de “Instituição Honorária”. À Academia Internacional da Cultura Portuguesa, na pessoa de Adriano Moreira, o **nosso** público reconhecimento por tão honrosa distinção (*Nova Águia*, 2018b, p. 5).

No Recorte 3, em “**dedicamos**”, verifica-se novamente a função *exclusiva* da PPP. Contudo, aqui, a função é mobilizada não para ressaltar aspectos da imagem institucional, mas sim para homenagear a Academia Internacional da Cultura Portuguesa por meio de sentimentos positivos, pois o item lexical destacado possui essa conotação⁸. Também a expressão “**nosso público**”, na PPP, projeta sentimentos ligados à afetividade e humaniza a equipe editorial.

Ao construir um argumento ao *pathos*, no editorial, mobilizando um conjunto de valores e crenças, indiretamente, associa-se a imagem institucional à gentileza. Além disso, ao comparar o termo com outras variedades hipotéticas, como “**dedico**”, na primeira pessoa do singular, ou “**dedica-se**”, com a impessoalidade, constata-se que a PPP cumpre o papel semântico de ampliar a força retórica do posicionamento, uma vez que o conjunto de sentimentos e valores do item passa a ser compartilhado por um grupo virtual específico, e, portanto, humanizado: os profissionais da *Nova Águia*.

- 3) Ancoragem do *ethos* do periódico à credibilidade de especialistas e associação à modéstia através do *nós exclusivo*

Recorte 4: Para a realização deste trabalho aqui publicado, **convidamos** dois pesquisadores da literatura brasileira, Eliane Robert Moraes e Welington Andrade, e jornalistas que conviveram e trabalharam com ela: Leusa Araujo, Leandro Esteves e Bruno Zeni, que fez a entrevista publicada na *Cult* de julho de 1998, além de Daniel Fuentes, presidente do Instituto Hilda Hilst (*Cult*, 2018b, p. 5).

No Recorte 4, em “**convidamos**”, há também a função *exclusiva* da PPP. Por meio do item lexical destacado e dos demais elementos do parágrafo, observa-se que a equipe editorial explicita a importância da contribuição de outros profissionais para a excelência do material produzido. Ao optar por essas escolhas linguísticas no editorial, o articulista empresta credibilidade de pesquisadores e especialistas técnico-científicos e de outros profissionais e, ao mesmo tempo, constrói para a *Cult* um *ethos* de modéstia. Nota-se, portanto, uma estratégia argumentativa centrada no *logos*, mas que, no nível da inferência, mobiliza também funções retóricas ligadas ao *pathos* e ao *ethos*.

⁸ A associação recorrente entre itens lexicais e um campo semântico, indicando uma certa conotação, seja ela positiva, negativa, e até neutra, é tema de estudo de áreas como a Semântica-lexical e a Linguística de corpus, em que é chamada de “prosódia semântica” (GUILHERME; OSÓRIO, 2014).

4) Fortalecimento da credibilidade do *ethos* do articulista por meio do *nós exclusivo*

Recorte 5: No Norte do país, na capital do Pará – estado ornamentado pela riqueza da Floresta Amazônica – nasceu, no dia 21 de novembro de 1929, um dos grandes tesouros do Brasil: Benedito José Viana da Costa Nunes, Bené para seus muitos amigos. Eu o chamei de professor na única vez em que **conversamos** e fiquei comovida com sua gentileza em responder as minhas perguntas pacientemente (*Cult*, 2018a, p. 5).

No Recorte 5, em “**conversamos**”, nota-se a construção de um grupo virtual diferente dos anteriores. Há ainda a função *exclusiva*, ou seja, sem a participação dos interlocutores, porém, o *nós* não abarca *articulista + equipe da revista*, mas sim *autora do editorial + personalidade homenageada* (Benedito Nunes). Considerando a intencionalidade da articulista e a aceitabilidade da audiência, ao utilizar a PPP para narrar uma experiência pessoal, a jornalista adere credibilidade ao próprio *ethos*.

5) *Ethos* de integração da audiência por meio do *nós inclusivo*

Recorte 6: **Temos** depois uma série de outras “Evo(o)cações”, naturalmente mais breves: de Albano Martins, que **nos** deixou neste ano, até Dora Ferreira da Silva e Manuel Antunes (que completariam igualmente cem anos em 2018) [...] (*Nova Águia*, 2018b, p. 5).

No Recorte 6, em “**temos**” e “**nos**”, há as únicas ocorrências da PPP em que é mobilizada a função *inclusiva* da PPP. Aqui, o contexto enunciativo evidencia que o grupo virtual é composto por *articulista + equipe da revista + leitores do texto*, o que adere o sentido de proximidade entre produtor e leitor. Assim, a argumentação é centrada nos interlocutores e usada para enfatizar aspectos do vínculo social para criar uma dimensão de solidariedade.

Constata-se que a escolha de elementos linguísticos na PPP vinculados a diferentes propósitos retóricos contribui, em textos do gênero editorial publicados em revistas de cultura, no Brasil e em Portugal, para a construção de argumentos ligados ao *ethos*, ao *pathos* e ao *logos*. Assim, as análises evidenciam que a PPP é uma ferramenta argumentativa eficaz, articulada e flexível, sendo que as funções retóricas ligadas à *exclusividade* são mais recorrentes devido às características do gênero editorial.

Considerações finais

O artigo alcançou o objetivo de analisar as funções retóricas associadas à PPP mobilizadas em recortes de quatro textos do gênero Editorial, publicados em revistas de cultura no Brasil e em Portugal. Os elementos linguísticos explorados na análise evidenciam as intenções dos articulistas, que devido ao gênero Editorial, podem ser consideradas as intenções institucionais das revistas *Cult* e *Nova Águia*. Além disso, nota-se que os elementos orientam a construção de sentidos por parte dos leitores.

Nos textos analisados, os pronomes e os verbos na PPP foram utilizados pelos articulistas associados a cinco funções retóricas, sendo quatro relacionadas à função *exclusiva* e uma à função *inclusiva*. A saber: Fortalecimento do *ethos* vinculado ao trabalho em equipe no periódico através do *nós exclusivo*; Construção de *ethos* gentil e elogioso através do *nós exclusivo*; Ancoragem do *ethos* do periódico à credibilidade de especialistas e associação à modéstia através do *nós exclusivo*; Fortalecimento da credibilidade do *ethos* do articulista por meio do *nós exclusivo*; e *Ethos* de integração da audiência por meio do *nós inclusivo*.

Constata-se, portanto, que os articulistas dos editoriais, tanto brasileiros quanto portugueses, realizaram escolhas lexicais na PPP para mobilizar de modo mais eficaz seus leitores a concordar com o que é apresentado nos textos. Considera-se que este é um tema relevante para aqueles que buscam construir textos mais persuasivos, para os que se dispõem a analisar editoriais por meio de estudos retóricos, bem como para os que visam a compreender possíveis relações entre a PPP e as categorias *ethos*, *pathos* e *logos*.

Referências

ADAM, J. M. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução, textos adicionados e notas de Edson Bini. São Paulo: EDIPRO, 2017.

BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral I**. Tradução de Maria da Glória Novak e Maria Luiza Neri. 3 ed. Campinas-SP: 1991.

BINI, R. P. Análise retórica de argumentos provenientes do *logos* presentes em editorial publicado na Folha de S. Paulo. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 10, n. 3, e1958, p. 1-23.

BINI, R. P.; SELLA, A. F. Primeira pessoa do plural em dossiê da Revista Cult: traços de modalização epistêmica e de diferentes instâncias de sentido vinculadas às categorias ethos, pathos e logos da Retórica. **Fórum Linguístico**, v. 16, n. 4, 2019.

DASCAL, M. O ethos na argumentação: uma abordagem pragma-retórica. AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2016.

DITTRICH, I. J. O Ethos na entrevista jornalística: refazer e desfazer uma imagem. **Caderno de letras da UFF**. Dossiê: Palavra e imagem nº 44, p. 277-293, 2012.

EPIFÂNIO, R. Da razão atlântica à razão lusófona: o contributo de António Braz Teixeira na revista Nova Águia. NATÁRIO, C.; CUNHA, J.; EPIFÂNIO, R. (Org.). **António Braz Teixeira: obra e pensamento**. Porto: Universidade do Porto; Faculdade de Letras, 2018.

FAUCI, N. L. Noi, persona politica. ASSOCIAZIONE PER LA STORIA DELLA LINGUA ITALIANA (ASLI). **L'italiano della politica e la politica per l'italiano**. Napoli: Franco Cesati Editore, 2016. p. 387-400.

FIORIN, J. L. Pragmática. In: FIORIN, J. L. **Introdução à linguística**. 5 ed. São Paulo: Contexto, 2010.

FOWLER, R.; KRESS, G. Critical linguistics. FOWLER, R.; HODGE, B.; KRESS, G.; TREW, T. **Language and control**. New York: Routledge, 2019

GRÁCIO, R. A.; MOSCA, L. S. A importância da Nova Retórica para a compreensão de textos opinativos. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016.

GUILHERME, P.; OSÓRIO, P. **A prosódia semântica em português europeu: Estatuto e definição de um fenómeno lexical e gramatical**. Covilhã-PT: LusoSofia, 2014.

LOPES, C. R. S. Nós e a gente no português falado culto do Brasil. **DELTA**, vol.14 n.2, São Paulo, 1998.

MADDALENA, A.; BELMONTE, I. A. Unveiling the writer–reader interaction in Peninsular Spanish and American English newspaper editorials: A cross linguistic study. **Journal of Pragmatics**, V. 43, I. 3, Fev. 2011, p. 891-903.

MANETTI, G. Il noi tra enunciazione, indessicalità e funzionalismo. JANNER, M. C.; COSTANZA, M. A. D.; SUTERMEISTER, P. (Org.). **Noi, Nous, Nosotros: Studi romanzi Études romanes Estudios románicos**. Berne: Peter Lang SA, Editions scientifiques internationales, 2015.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 1994.

MELO, J. M.; ASSIS, F. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Intercom – RBCC**. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.

MOSCA, L. L. S. Velhas e Novas Retóricas: Convergências e desdobramentos. In: MOSCA, L. L. S. (Org.). **Retóricas de ontem e de hoje**. 2 ed. Humanitas: São Paulo, 2001. p. 17-54.

NEVES, M. H. M. **A gramática do português revelada em textos**. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

PERELMAN, Ch.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Tradução: Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2017.

SOARES, N. M. M. **Gêneros textuais em foco: argumentação em textos opinativos**. Curitiba: Appris, 2016.

TARAPANOFF, F. P. A. **Escrever e pensar cultura na contemporaneidade: jornalismo cultural e compreensão**. 2010. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2010.

VIEIRA, M. H. G. N. **O gênero editorial: uma proposta de caracterização**. 158f. 2009. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de Uberlândia. 2009.

ZÉFIRO. **Revista Nova Águia**. 2020. Disponível em: <https://zefiro.pt/as-nossascolecoes-zefiro-revista-nova-aguia>. Acesso em: 20 jun. 2022.

ZÚQUETE, J. P. Nacionalismos e política externa portuguesa no pós-25 de Abril. PAREDES, M. M. (Org.). **Dimensões do Poder: História, Política e Relações Internacionais**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015. p. 81-96.