

**A função persuasiva da metáfora no discurso político:
o caso das eleições municipais de Salvador (BA) em 2020**

Bruno de Jesus Espírito Santo (Doutorando em Linguística - UNICAMP)¹

Resumo: Segundo Soares da Silva & Leite (2015), Lakoff e Johnson traçaram uma *reviravolta* nos estudos da metáfora a partir do lançamento da obra seminal da Linguística Cognitiva *Metaphors We Live By* (1980). Nesse trabalho os autores buscaram mostrar que a linguagem figurada configura e permeia não só a fala como também a atitude humana. Entretanto, essa apresentação inicial, conforme estudiosos contemporâneos da metaforicidade como Salomão (1999), Kövecses (2005), Vereza (2007) e Semino (2008) deixou de lado a apresentação de dados empíricos de pesquisa da linguagem efetivamente *em uso*. Portanto, para avançar neste ponto pesquisadores começaram a investigar a função da figuratividade no discurso. Nesse sentido, esta pesquisa buscará observar como a metaforicidade foi utilizada na tessitura textual dos discursos eleitorais dos dois candidatos mais bem colocados nas pesquisas de intenções de voto para a Prefeitura Municipal de Salvador em 2020, estes são: Bruno Reis (DEM) e Major Denice (PT). Com os resultados obtidos, esperamos contribuir para a reflexão acerca potencialidade do papel da metáfora na persuasão eleitoral política.

Palavras-chave: Linguística Cognitiva. Metáfora. Persuasão. Salvador.

**The persuasive role of the metaphor in the political discourse:
the case of the municipal elections in Salvador (BA) in 2020**

Abstract: According to Soares da Silva & Leite (2015), Lakoff and Johnson traced a *turnaround* in metaphor studies from the release of the seminal work of Cognitive Linguistics *Metaphors We Live By* (1980). In this work, the authors sought to show that figurative language configures and permeates not only speech but also human attitudes. However, this initial presentation, according to contemporary scholars of metaphoricity such as Salomão (1999), Kövecses (2005), Vereza (2007) and Semino (2008) left aside the presentation of empirical research data of language actually in use. Therefore, to advance this point researchers have begun to investigate the function of figurativity *in discourse*. In this sense, this research will seek to observe how metaphoricity was used in the textual weaving of the electoral speeches of the two candidates best placed in the polls of voting intentions for the Municipal Prefecture of Salvador in 2020, these are: Bruno Reis (DEM) and Major Denice (PT). With the results obtained, we hope to contribute to the reflection about the potentiality of the role of metaphor in political electoral persuasion.

Keywords: Cognitive Linguistics. Metaphor. Persuasion. Salvador.

¹ Mestrando em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas, pesquisa 'Metáforas de morte em obras clássicas do Espiritismo: O Livro dos Espíritos (1857) e Nosso Lar (1944)'. Graduiu-se em Letras Vernáculas pela Universidade Federal da Bahia (2018). Fez intercâmbio científico-cultural na Universidade de Porto/Portugal através do Edital Participar 2016/UFBA. Possui interesse em estudos e pesquisas em Linguística Cognitiva, Figuratividade, Metaforicidade e Religiosidade.

Introdução

Observando as propagandas eleitorais apresentadas na TV aberta pelos candidatos pelos candidatos destaque nas pesquisas de intenções de voto para o pleito de prefeito na cidade de Salvador (BA), a saber Bruno Reis (DEM) e Major Nice (PT), percebemos que eles pareciam se utilizar de estratégias argumentativas peculiares para impactar sociodiscursivamente e psiconeurolinguisticamente o eleitorado. Ouvindo seus discursos, este trabalho constatou a hipótese de que a figuratividade foi utilizada de maneira extensiva pelos candidatos a fim de convencê-los sobre as novas realidades que eles queriam implementar na metrópole que é considerada a primeira capital do Brasil.

Nesse sentido, estimulado pelas pesquisas atuais que contemplam o estudo da metáfora na linguagem plenamente *em uso* (LAKOFF & JOHNSON, 1980; SALOMÃO, 1999, 2010; KÖVECSES, 2005; VEREZA, 2007, 2010; SEMINO, 2008; SOARES DA SILVA & LEITE, 2015) bem como as articulações teóricas que refletem sobre a função da mesma no discurso político (LUQUES, 2010; SANT'ANNA, 2013; VEREZA, 2016; COSTA, 2017), buscamos investigar se nas manifestações linguísticas dos candidatos citados anteriormente a metáfora impactou conceptualmente, socioculturalmente e psicoafetivamente a audiência soteropolitana os auxiliando a definir de uma melhor maneira o seu voto.

Ciente que os estudos contemporâneos da metaforicidade em sua virada *social, cognitivo-discursiva e situada* procuramos aqui contribuir para a reflexão acerca da importância da análise científica em Linguística Cognitiva *dados autênticos*, ou seja, pragmaticamente articulados e modelados.

Breve relato sobre as eleições municipais de Salvador (BA) em 2020

Dois candidatos apareciam à frente das principais pesquisas de intenções de voto em 2020, para o pleito em 2021, do maior cargo da Prefeitura Municipal de Salvador (BA). Estes eram Bruno Reis (DEM) e Major Denice (PT), como apresentados a seguir:

Figura 1 – Candidatos à Prefeitura Municipal de Salvador em 2020



Fonte: Google Imagens.

Cada um deles vinham de frentes político-ideológicas diferentes, o democrata Bruno Reis (DEM), brasileiro nascido na cidade de Petrolina (PE), promovia seu discurso persuasivo eleitoral a partir de um discurso de viés de direita. Ele possuía a força então e futuro ex-prefeito da cidade ACM Neto, que era de seu mesmo partido, e que vinha fazendo um belo trabalho na cidade, com grandes obras de reestruturações de bairros, praias, vias de acesso e locomoção, e construções de novas praças e locais de lazer comunitário, por exemplo. Major Denice (PT), brasileira nascida em Salvador (BA), postulava em suas falas o desejo de implementar em Salvador ações de esquerda. Sendo apoiada pela força de trabalho do então governador baiano Rui Costa que é conhecido até os dias atuais por realizar fortes contribuições sociais na área da saúde, construindo o mesmo, diversos hospitais de grande porte para a população mais pobre do estado em suas regiões interioranas. Numa pesquisa divulgada pelo G1 Bahia em novembro de 2020, Bruno Reis (DEM) aparecia como o candidato-destaque, provável vencedor da corrida eleitoral logo no primeiro turno: 66% das intenções dos votos da população da primeira capital do Brasil eram seus. Major Denice (PT) vinha em seguida, com 17% das intenções de voto.

Observando as campanhas televisivas destes candidatos, observamos que em seus discursos, os quais tinham como objetivo apresentar as novas realidades que eles queriam para a Salvador e seus habitantes, bem como persuadi-los a votar, percebemos que a figuratividade pareceu estar sendo utilizada como instrumento linguístico-cognitivo para o processamento discursivo das estratégias argumentativas deles. O que

nos fez jogar nossa lupa investigativa, a partir da Teoria da Metáfora Conceptual e os seus desdobramentos, para aferir se a nossa hipótese se confirmava ou não. Nesse sentido apresentaremos a seguir esse construto teórico-metodológico, a fim de que em seguida, possamos realizar a análise empírica dos dados.

A teoria da metáfora conceptual e os seus desdobramentos

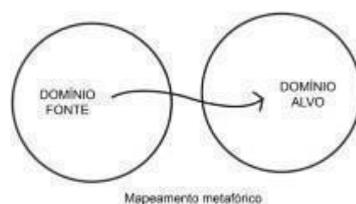
Desde a Antiguidade, considerações sobre a linguagem figurada são feitas. Aristóteles, em sua *Arte Poética*, por exemplo, fala do papel do processamento metafórico como um construto linguístico que permite o transporte de significados (da espécie para espécie, em sua ponderação) (SARDINHA, 2007). Outro que também indagou sobre a figuratividade foi Platão ao ponderar que as manifestações linguísticas possuíam funções de naturezas distintas. Para o filósofo, a figuratividade distorcia a imagem real do mundo, sendo ela um instrumento de embelezamento fantasioso da linguagem, cabendo somente aos poetas e grandes retóricos o seu uso nas construções de discursos peculiares (SOUSA, 2016). A visão de que ela trazia, na verdade, grandes prejuízos a audiência por não transparecer na fala os fatos do mundo de maneira literal atravessou, desta forma, séculos, se tornando ainda mais restritiva a partir do reducionismo da retórica, que segundo Genette (1975) retirou a responsabilidade da metaforicidade sob os aspectos lógico-discursivos da língua. Tal fato permitiu que durante muito tempo este construto linguístico fosse visto apenas, como assinala Vereza (2010), como um elemento que “não tem papel central na produção de sentidos” (p. 202), ou seja, supérfluo.

Contudo, com o advento dos estudos da linguagem e com as novas descobertas científicas, essa visão é questionada na década de 80 por dois pesquisadores americanos que trazem, segundo Soares da Silva & Leite (2015), uma *reviravolta* nos estudos da metáfora (p. 1). Estes são George Lakoff e Mark Johnson, que, contrapostos aos postulados do inatismo de Noam Chomsky formam com o lançamento de *Metaphors We Live By* (1980) a Linguística Cognitiva. Segundo Ada Sousa (2016) a LC:

“tem como objeto de investigação os mecanismos mentais envolvidos nos processos de construção de sentidos, partindo da ideia de que a cognição humana se constitui pelas relações que estabelecemos com o mundo por meio de nossas experiências sensorio-motoras e vivências de cunho sociocultural.” (p. 130).

Dentre esses instrumentos de construção de sentido estaria a metáfora, a qual segundo Lakoff & Johnson (1980) estruturam a forma como pensamos, agimos e sentimos o mundo. Metáforas como A VIDA É UMA VIAGEM² em sentenças tais quais “Nosso relacionamento andou, andou e não chegou em lugar nenhum!”, AMOR É UM SER HUMANO em “O amor destruiu com a minha vida! e CORPO É UM RECIPIENTE em “Eu estava cheio de raiva!” seriam fulcrais na produção da linguagem humana (SANTO, 2019). Em termos de classificação, elas teriam quatro: as ESTRUTURAIS seriam aquelas em que um determinado conceito abstrato é modulado cognitivamente experiências concretas; as ORIENTACIONAIS referem-se a experiências com direções, como em BOM É PRA CIMA e RUIM É PARA BAIXO; as ONTOLÓGICAS serviriam para conceber a uma entidade abstrata em termos de uma concreta como em INFLAÇÃO É UMA ENTIDADE; e as de PERSONIFICAÇÃO quando um elemento não humano recebe as suas características como em A LOUCURA É UM ASSASSINO. No nível cognitivo essas metáforas traçariam uma projeção conceptual, na qual um domínio de natureza enciclopédica concreta (domínio-fonte) projetaria, para modelagem do sentido de um determinado conceito, sobre um domínio de natureza abstrata (domínio-alvo). A ocorrência desse fenômeno se dá como se demonstra a seguir:

Figura 2 – Mapeamento metafórico entre domínio-fonte e domínio-alvo



Fonte: Lapesqueur; Almeida; Silva; Tenuta (2017).

Essa primeira apresentação da Teoria da Metáfora Conceptual, é, como assinala Vereza (2010), sem sombra de dúvidas, importantíssima para o desenvolvimento de novas pesquisas e novos achados acerca da figuratividade. Diversos trabalhos foram desenvolvidos: é possível encontrar milhares de teses, dissertações e artigos sob os mais diversos temas utilizando-se do arsenal teórico-metodológico da Linguística Cognitiva

² Método utilizado em Linguística Cognitiva para referenciar as metáforas articuladas *no discurso*.

no famoso website Google. O que sinaliza a singularidade da primeira versão dessa teoria. Contudo, com o avanço das discussões acerca da potencialidade da linguagem figurada no discurso, pesquisadores como Salomão (1999), Kövecses (2005), Vereza (2007), Semino (2008) e Soares da Silva & Leite (2015) começam a questionar as proposições da obra seminal da Semântica Cognitiva *Metaphors We Live By* (1980). Uma das primeiras críticas seriam acerca do papel da metáfora na cognição, pois fazendo parte de um “inconsciente cognitivo coletivo” (VEREZA, 2010, p. 205) todas as metáforas conceptuais serviriam e seriam utilizadas do mesmo modo por todos os falantes das diversas línguas ao redor. É que no livro de Lakoff & Johnson (1980) os autores trazem exemplos que são considerados como “inventados”, eles não seriam tirados exatamente de extratos autênticos da linguagem e do discurso plenamente em uso. Kövecses (2005) questiona tal proposição falando sobre a variabilidade cultural. Como sabemos a depender da região de cada indivíduo, seus costumes, hábitos, e até falares sobre um determinado assunto ou objeto podem ser diferentes, por isso, a metáfora ao ser um fenômeno conceptual, sociocultural, neuropsicológico, linguístico e corporal não poderia ser tratada e analisada de maneira universal. Isso lembraria, pois, aos moldes do inatismo chomyskiano que tem como principal tese a autonomia da faculdade da linguagem com a Gramática Universal.

Outra crítica seria a de que a linguagem seria somente uma “fonte de dados” (VEREZA, 2010, p. 207) e não o lócus da metáfora, ou seja, o depósito da metaforicidade e não o gerador dela. Diante disso, constatou-se que é na chamada viragem social da Linguística Cognitiva (SOARES DA SILVA & LEITE, 2015) que o lócus autêntico da linguagem figurada é na verdade o discurso pois é nele que aspectos sociocognitivos, linguísticos e pragmáticos se encontram para tecer a figuratividade (VEREZA, 2010), e logo, os sentidos por ela textualmente modelados. Analisar a linguagem metafórica atualmente é muito mais do que simplesmente dizer ou apontar quais metáforas fazem parte de um construto linguístico hipotético, mas sim para além de sinalizar a emergência dela, é aferir o que é que ela está fazendo ali, ou seja, o seu papel na produção de sentidos.

Nesse sentido, metodologias modernas foram criadas para a análise da metáfora no discurso, a saber a proposta do nicho metafórico de Vereza (2007) que enfoca o fenômeno da figuratividade como um recurso organizacional do texto, valorizando o seu a sua função como *dispositio*. O método do nicho metafórico, idealizado a partir de

pesquisas na área da biologia, remete a ideia da formação de uma rede que constitui o todo, ou seja, no discurso, *no aqui e agora*, toda uma rede metafórica seria tecida para estruturar um parágrafo (VEREZA, 2010), por exemplo, possibilitando ao falante dessa maneira a possibilidade de costurar com efetividade (falamos: com todas as cargas enciclopédicas, afetivas, subjetivas, psicológicas, ideológicas e etc.) o seu “projeto de dizer” (KOCH, 2002).

No que tange o objetivo deste trabalho, este estimula-se por pesquisas linguístico-cognitivas que buscaram observar empiricamente o processamento cognitivo-discursivo do discurso político, e por consequência, as suas implicações na vida das pessoas. Costa (2017), por exemplo, argumenta que:

“Analisar a esfera política pela via das ciências da linguagem certamente amplia a percepção de fenômenos sociais responsáveis pelas configurações de uma determinada sociedade, sobretudo por entender que a construção de um consenso, por meio de um ‘discurso dominante’, pode, em certa medida, guiar a interpretação da realidade política em um determinado contexto, e com isso, ajudar a moldá-lo” [...] (p. 344).

Em seu trabalho que discute a atuação discursiva da metaforicidade na persuasão política, o autor supracitado chega a conclusão que duas metáforas articuladas pela FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo em seu protesto contra taxações fora de ordem do governo em 2015, moldaram o pensamento e o comportamento de uma camada de brasileiros. As expressões *Não vou pagar o pato*, bem como *O pato de Troia* foram as produções linguísticas metafóricas que auxiliaram os brasileiros indignados com a questão política na época a se manifestar.

No trabalho de Sant’anna (2013) a autora, ao aferir o papel da figuratividade no fortalecimento da argumentação na ex-presidenta do Brasil Dilma Rouseff, ela conclui que domínios-fontes como DESLOCAMENTO, GUERRA, CONSTRUÇÃO, MAZELAS, CORPO HUMANO, COMPETIÇÃO, MÃE e FASES DA VIDA (p. 210) foram utilizados pela parlamentar para o convencimento de auditórios diversos.

Vereza (2016), em seu texto teórico que busca evidenciar a dimensão cognitivo-discursiva da metáfora na tessitura da ideológica da argumentação, destaca dois pontos: a) o efeito sociocognitivo de metáforas como NAÇÃO É FAMÍLIA e ESTADO É PAI podem determinar o modo como toda uma comunidade social conceptualiza e vê o mundo, interferindo assim no comportamento dos seus membros; b) a figuratividade,

articulada em uso, pragmaticamente tecida, pode construir novos pontos de vista, auxiliando dessa forma os indivíduos na interação a arquitetarem modos distintos de ver a vida (p. 31-32).

Neste sentido, ao destacarmos a relevância do estudo da metaforicidade na linguagem, bem como ao percebemos a função semântica, oratória e textual dela no discurso político, partiremos agora para a análise de dados, a fim de seguir e contribuir para com os desdobramentos que impulsionaram pesquisas empíricas similares com a temática aqui proposta.

Análise de dados

Foram selecionados como *corpus* deste trabalho de propagandas eleitorais produzidos para a TV aberta pelos três candidatos mais destacados na pesquisa IBOPE para intenções de voto à Prefeitura Municipal de Salvador 2021, a saber Bruno Reis (DEM) e Major Denice (PT). Nestes produtos audiovisuais percebemos que estes sujeitos que travavam entre si uma verdadeira batalha pelo voto popular pareciam se utilizar do construto linguístico-cognitivo e sociocultural da metáfora para tentar persuadir e convencer os soteropolitanos de suas promessas de campanha. A fim de averiguar se essa hipótese era verdadeira, ouvimos as falas destes candidatos e jogamos a lupa ótica da Teoria da Metáfora Conceptual para então observá-las. Vejamos a seguir a análise.

No discurso do primeiro programa eleitoral do candidato Bruno Reis, este aparece se apresentando, bem como indagando sobre as suas propostas com uma música instrumental de fundo bastante emotiva dizendo:

“Começa agora o programa de Bruno Prefeito (1) para Salvador seguir se transformando. (2) Quando eu me disponho a fazer alguma coisa eu procuro fazer bem-feito e (3) quando eu tenho um objetivo eu não descanso enquanto eu não alcanço. E graças a Deus, tudo no seu tempo, tudo na sua hora porque nem sempre o nosso tempo (4) é o tempo das coisas. Agradeço muito a Deus por tudo na minha vida [...] Com 9 anos eu era praticamente um homem, tive que ajudar minha vó a administrar as contas de casa e (5) com certeza isso fez com que eu amadurecesse muito cedo e contribuiu para o homem que sou hoje. (6) (7) Tive que adquirir maturidade, equilíbrio emocional, resiliência, paciência, muito cedo” (REIS, 2020).

Para impactar logo de cara a população que o assiste, Bruno personifica no

início do seu discurso a imagem da metrópole que pretende governar, utilizando-se de uma metáfora. (1) CIDADE É UM SER HUMANO é articulada cognitivo-discursivamente pelo candidato para que ele indague os seus eleitores sobre as suas intenções para com a primeira capital do Brasil: a transformação. O verbo *seguir* é utilizado na estrutura discursiva pois como já informado em seções anteriores, a candidatura de Bruno Reis é apoiada pelo então prefeito ACM Neto, do seu mesmo partido, que acaba contribuindo para o empreendimento textual de Bruno em sua metaforização. Em seguida, para comover o seu auditório, Bruno começa a contar sua história de vida, falando em (2) que quando ele se propõe a fazer algum feito em sua rotina, sempre tenta fazer algo que seja finalizado com sucesso, sem erros, sem imperfeições, que seja pensado. Nesse momento é possível afirmar que Bruno busca atingir o seu auditório através da metáfora estrutural A VIDA É UMA ENTREGA, já que pelo que ele fala, sem um devido impulso, sem uma devida dedicação aos planos individuais, parece não ser possível ter sucesso. Indagando sobre como ele se propõe a cumprir esses objetivos, Bruno diz em (3) que não descansa até que ele os alcance, nesse sentido, observamos claramente a figuratividade tecendo a argumentação desse falante com a metáfora A VIDA É UMA VIAGEM pois se ele precisa seguir um percurso, enfrentar dificuldades nele para alcançar a meta, concebemos neste instante a projeção cognitivo-enciclopédica do candidato de conhecimentos experienciais com percursos para a construção do conhecimento abstrato acerca da vida. Tudo isso, logicamente, para comover os seus ouvintes, que se sentem muitas das vezes próximos da sua dita árdua vivência.

Agradecendo a Deus por isso, Bruno articula mais uma vez uma metáfora de personificação, em (4) dizendo que o nosso tempo não é o tempo das coisas, ele conceptualiza algo indefinido, qualquer elemento no mundo que possa existir de maneira animada em COISAS SÃO SERES HUMANOS. Chegando a fazer até uma romantização do trabalho infantil, Bruno argumenta em (5) que ele precisou passar por diversos “temporais”, se assim podemos dizer, para tornar-se o homem íntegro que é hoje. Por meio da articulação de sua argumentatividade da metáfora SER HUMANO É UMA FRUTA, Bruno procura captar seus eleitores através das imagens socioculturais e sociocognitivas do amadurecimento. Como se sabe, para amadurecer, um fruto precisa passar por todos os estágios, que muitas das vezes são muito difíceis a depender da região em que ele é plantado, para que possa conceber o seu crescimento. E é esse

conhecimento de mundo, tecido *online* (VEREZA, 2007) pela metaforicidade, que o candidato se apoia para impactar os telespectadores.

Conceptualizando-se como um receptor, Bruno vai dando fim a sua primeira apresentação pública eleitoral dizendo em (6) e (7) que teve que adquirir, para ser o homem em que Salvador deve confiar, valores morais e aptidões emocionais, articulando o equilíbrio, a resiliência e a paciência como um elemento que ele incorporou dentro de si mesmo, o que deixa claro o empreendimento cognitivo-discursivo conjunto das metáforas CORPO É UM RECIPIENTE e VALORES MORAIS VALORES EMOCIONAIS SÃO SUBSTÂNCIAS. Dado o exposto e o analisado, observamos o quanto que a linguagem figurada foi essencial para o processamento da tessitura discursiva eleitoral de Bruno Reis (DEM), que buscou persuadir conceptualmente, psicoafetivamente, psiconeurolinguisticamente e socioculturalmente o povo soteropolitano.

Já a candidata Major Denice, em seu também primeiro discurso eleitoral televisivo em TV aberta para a Prefeitura Municipal de Salvador, argumenta assim:

“Tudo bem com vocês? Espero que sim. Hoje tá começando nossa campanha aqui na TV. E como (1) *nosso tempo é curtinho*, resolvi dedicar esse tempo pra gente se conhecer melhor. Bater um papo mesmo. Resolvi não trazer clipes musicais, depoimentos de painho, mainha, de gente que me apoia, nenhuma superprodução. Vai ser assim mesmo, só eu e vocês. [...] Sou Major Denice, com C. [...] (2) *Sempre me dediquei muito*. [...]. Na polícia eu tenho 30 anos. (3) *Construí uma história* que muito me orgulha, cheguei a Major e criei a ronda Maria da Penha, uma unidade de referência no enfrentamento da violência contra as mulheres. Agora a minha missão vai ser levar (4) *esse olhar e esse cuidado* (5) *para toda a cidade*. Cuidar de gente. Quero ser a prefeita que pensa nas pessoas. Especialmente as que mais precisam” (DENICE, 2020).

Iniciando a sua argumentação, a candidata do Partido dos Trabalhadores informa aos seus telespectadores que não irá utilizar superproduções, recursos musicais ou depoimentos de apoiadores para “patenteiar” sua campanha, mas sim fará um bate papo com os eleitores. À vista disso, se colocando em posição igualitária ou, podemos dizer, de uma maneira mais humilde diante os seus eleitores, Major Denice produz em (1) uma metáfora ontológica para convencer a audiência de que ela deve dar-lhe alguns minutos de atenção. Na metáfora O TEMPO É UM OBJETO, a candidata empreende cognitivo-discursivamente em seu texto, a noção abstrata de periodicidade a partir do conhecimento enciclopédico social com elementos ou coisas curtas. Assim como Bruno

Reis (DEM), Denice também conta rapidamente sobre a sua trajetória de vida, em que conta sobre sua garra para alcançar seus objetivos. Por meio da metáfora A VIDA É UMA ENTREGA, ela argumenta em (3) como “suou” para chegar aonde hoje está, almejando assim comover tanto emocionalmente quanto politicamente o eleitorado soteropolitano.

Nesse mesmo intuito, ainda fala sobre o que ela sobre a “obra que ela edificou”, que seria no caso a sua jornada na Polícia Militar da Bahia. Através da metáfora CARREIRA PROFISSIONAL É UMA CONSTRUÇÃO CIVIL a candidata à prefeitura de Salvador tece a sua argumentatividade buscando induzir os que a ouve de que ela tem dotes suficientes para assumir a missão de cuidar deles. É a modelagem e o pedido de aceite, via figuratividade, da confiança. Em vista disso, finalizando seu discurso, a então policial militar informa aos habitantes da primeira capital do Brasil que irá levar uma nova realidade para eles por meio de duas metáforas congruentes. (4) OLHAR E CUIDADO SÃO SUBSTÂNCIAS e (5) CIDADE É UM RECIPIENTES são modeladas no discurso, a partir da história de vida da candidata apresentada anteriormente, a fim de persuadir a audiência supracitada, num empreendimento cognitivo-discursivo *online* que vislumbra uma visão sociocultural pré-estabelecida. Afinal, para muitos, uma cidadã que se apresenta de forma igualitária e humilde dizendo que faz nasceu e faz parte da mesma comunidade local, bem como que diz que sua profissão a ajudou a crescer e a proteger o seu próprio povo, poderia sim ser a melhor opção política no momento.

Posto o aferido, concluímos a nossa análise confirmando a nossa hipótese de que a figuratividade foi um elemento linguístico-discursivo e sociocognitivo singular e essencial para o empreendimento dos discursos dos programas eleitorais dos dois principais candidatos em destaque para o pleito do cargo de prefeito na cidade de Salvador em 2021. Com isso, pudemos destacar então a potencialidade da metaforicidade como um patrimônio humano de estratégia, estratégia de convencimento, de persuasão e de comoção emocional na interação social entre interlocutores.

Considerações Finais

Este trabalho buscou averiguar se a figuratividade exercia um papel persuasivo

no discurso eleitoral político dos dois candidatos com maiores intenções de votos para o pleito no cargo de prefeito de Salvador em 2021, a saber: Bruno Reis (DEM) e Major Denice (PT). Observando o construto textual desses dois sujeitos, chegamos a conclusão de que metáforas tais quais A VIDA É UMA ENTREGA, A VIDA É UMA VIAGEM, COISAS SÃO SERES HUMANOS, CARREIRA PROFISSIONAL É UMA CONSTRUÇÃO CÍVIL, CIDADE É UM SER HUMANO e SER HUMANO É UMA FRUTA foram utilizadas cognitivo-discursivamente para atingir a audiência soteropolitana de maneira sociocognitiva, sociocultural, conceptual e psicoafetiva, a fim de persuadi-la e convencê-la.

Dado os achados, destacamos então a contribuição dos estudos contemporâneos em metáfora, que vão para além de captar a metaforicidade na linguagem, mas sim compreender a função delas na interação viva dos falantes, para assim traçar reflexões acerca da sua potencialidade.

Visto que a metáfora é um fenômeno conceptual, linguístico, sociocultural, corporal e neurolinguístico (KÖVECSES, 2005), acreditamos que ainda há muito a se mergulhar em seu oceano de profundidades, sendo este trabalho uma das tentativas de se nadar neste mar.

Referências

COSTA, D. da. Pato aqui, pato acolá: metáforas do discurso político brasileiro. *PERcursos Linguísticos*, [S. l.], v. 7, n. 14, p. 344–357, 2017.

DENICE, Major. A MISSÃO DE DENICE - 1º PROGRAMA DA MAJOR DENICE PREFEITA. *Youtube*, 9 de out. de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7cTStj2PaZA> Acesso em: 20 de set. de 2021.

G1. *Pesquisa Ibope em Salvador, votos válidos: Bruno Reis, 66%; Major Denice, 17%; Pastor Sargento Isidório 6%; Olívia Santana, 4%*. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/eleicoes/2020/noticia/2020/11/14/pesquisa-ibope-em-salvador-votos-validos-bruno-reis-66percent-major-denice-17percent-pastor-sargento-isidorio-6percent-olivia-santana-4percent.ghtml> Acesso em set. 2021.

GENETTE, G. A retórica restrita. In: COHEN, J.; BREMOND, C.; KUETZ, P.;

GENETTE, G. *Pesquisas de retórica* (Tradução de Leda Pinto Mafra Iruzun). Petrópolis: Editora Vozes, 1975, pp. 129-146.

KÖVECSES, Z. *Metaphor in culture: universality and variation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

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

LEPESQUEUR, M.; ALMEIDA, R.; SILVA, L.; TENUTA, A. O uso de metáforas e metonímias por pacientes esquizofrênicos à luz da Teoria da Metáfora Conceptual. *Ciências e Cognição*, 22, 2017, p. 63-92.

REIS, Bruno. Quem é Bruno? - Programa Eleitoral #1 09/10 | BRUNO REIS 25. *Youtube*, 9 de out. de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ry5mvLe0Ipw> Acesso em: 20 de set. de 2021.

SALOMÃO, M. A questão da construção do sentido e a revisão da agenda dos estudos da linguagem. *Veredas*. Juiz de Fora, v. 3, n. 1, p. 61-79, 1999.

SANT'ANNA, S. Metáforas no discurso político de Dilma Rousseff. *Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro*, v. 14, 2013.

SANTO, B. Cognição e espiritualidade: o papel da figuratividade em um texto ritualístico de doutrinação de espíritos sofredores. *Miguilim – Revista Eletrônica do Netlli, Crato*, v. 8, n. 2, p. 448-467, maio-ago. 2019.

SARDINHA, T. *Metáfora*. São Paulo: Parábola, 2007.

SEMINO, E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

SOARES DA SILVA, A.; LEITE, J. 35 anos de Teoria da Metáfora Conceptual: Fundamentos, problemas e novos rumos. *Revista Investigações*, Recife, v. 28, n. 2, p. 1-23, jul. 2015.

SOUSA, A. Metáfora: uma abordagem neurocognitiva. In: ALMEIDA, A.; SANTOS, E. (Orgs.). *Linguagens e cognição*. Salvador: EDUFBA, 2016, p..

VEREZA, S. Mal comparando...: os efeitos argumentativos da metáfora e da analogia numa perspectiva cognitivo-discursiva. *Scripta*, 20(40), p. 18-35, 2016.

VEREZA, S. Metáfora e argumentação: uma abordagem cognitivo-discursiva. *Linguagem em (Dis)curso*, v. 7, n. 3, p. 487-506, 2007.

VEREZA, S. O lócus da metáfora: linguagem, pensamento e discurso. *Cadernos de Letras da UFF*, n. 41, p. 199-212, 2010.