

Argumentação multimodal e inferências intersemióticas: um estudo semioliológico

*Multimodal argumentation
and intersemiotic inferences: a
semioliological study*

Amanda Heiderich MARCHON (UFES)
amandahch.letas@gmail.com
Welton Pereira e SILVA (UFF)
weltonpereira@id.uff.br

Recebido em: 31 de ago. de 2022.
Aceito em: 15 de nov. de 2022.

MARCHON, Amanda Heiderich; SILVA, Welton Pereira e. Argumentação multimodal e inferências intersemióticas: um estudo semioliológico. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 12, n. 3, e2543, p. 226-246, set.-dez./2022. DOI: 10.22168/2237-6321-32543.

Resumo: O discurso emerge da complexidade multisemiótica que caracteriza a linguagem e, por essa razão, engloba diferentes dimensões na investigação de discursos materializados em textos. Neste artigo, à luz dos pressupostos da Teoria Semioliológica do Discurso, proposta por Patrick Charaudeau (2008; 2016; 2018), procuramos demonstrar que a dimensão argumentativa de um discurso pode ser engendrada pelo emprego estratégico de diferentes modalidades, a que chamamos de argumentação multimodal. Para isso, por meio das noções de inferência centrípeta interna e inferência centrífuga externa, analisamos três textos midiáticos constituídos pela associação compulsória de palavra e imagem, a saber: charge, tira e peça publicitária, além de discutirmos a relação, aparentemente dissonante, entre manchete e fotografia que figuram em duas notícias, revelando a subjetividade avaliativa da instância de produção em um gênero de caráter predominantemente informativo. As análises sinalizaram que, por meio de um recorte específico do espaço social, os sujeitos envolvidos nas trocas comunicativas integram e correlacionam as múltiplas semioses nos processos de produção e compreensão, sob os quais atuam movimentos inferenciais internos e externos ao enunciado.

Palavras-chave: Argumentação. Multimodalidade. Semioliológica.

Abstract: The discourse emerges from the multisemiotic complexity that characterizes language and, for this reason, encompasses different dimensions in the investigation of discourses materialized in texts. In this paper, based on Semiolinguistic Theory of Discourse, proposed by Charaudeau (2008; 2016; 2018), we intend to demonstrate that the argumentative dimension of a discourse can be engendered by the strategic use of different modalities, which we call multimodal argumentation. For this, using notions of internal centripetal inference and external centrifugal inference we analyze three media texts constituted by the compulsory association of word and image, namely: cartoon, comic and advertisement, in addition to discussing the relationship, apparently dissonant, between headline and photograph that figure in two news, subjectivity of the production instance in a predominantly informative genre. The analyses indicated that, through a specific cut of the social space, the subjects involved in the communicative exchanges integrate and correlate the multiple semioses in the processes of production and movements internal and external to the utterance.

Keywords: Argumentation. Multimodality. Semiolinguistic.

Considerações Iniciais

A comunicação humana é, por natureza, multimodal, multifacetada, multissemiótica, haja vista que, ao nos comunicarmos oralmente, fornecemos outros dados significativos ao conteúdo verbal por meio de gestos, posturas corporais, expressões faciais e elementos prosódicos. Podemos ainda instaurar um ato de linguagem por meio de desenhos e letras, cores e formas, recursos tipográficos e texturas, notas musicais e volume sonoro. Essa possibilidade de construir o discurso por meio da orquestração de diferentes semioses ou modalidades correlacionadas e integradas é objeto de reflexão de diversas pesquisas das ciências da linguagem e das ciências sociais.

Em trabalhos anteriores, inspirados em Barthes (1990) e Santaella (2012), refletimos sobre a organização intencional das diferentes semioses com vistas à argumentação, chamando-a de *argumentação multimodal*. Nessas investigações, para ancorar as análises, além da Teoria Semiolinguística do Discurso, valemo-nos também de algumas ferramentas apresentadas por Kress e van Leeuwen (2006), na Gramática do Design Visual. Neste artigo, continuamos focalizando, especificamente, a relação palavra-imagem que se instaura em textos veiculados pela mídia, à luz das propostas teórico-metodológicas de Patrick Charaudeau. Nesse viés, seguindo esse mesmo caminho, entendemos que, da associação completa entre o sistema verbal e os signos imagéticos, em que um parece substituir o outro, por apresentarem informatividade equivalente, até a dissociação completa entre esses elementos, em que a palavra parece negar a imagem e vice-versa, há um espectro de possibilidades associativas que, engendradas pelo sujeito enunciador, visam a influenciar o sujeito destinatário.

Após a contextualização nesta introdução, apresentamos, nas duas seções seguintes, questões relacionadas à Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, que orientam as análises propostas neste artigo. Começamos situando a argumentação como uma prática social a que estão intrinsecamente relacionadas as condições da enunciação nas quais estão envolvidos sujeitos sociais e sujeitos discursivos. Na sequência, discorreremos sobre como compreendemos a *argumentação multimodal* e apresentamos considerações do autor sobre os movimentos inferenciais acionados no processo de compreensão. A parte referente às análises também é dividida em duas seções: na primeira, tecemos comentários sobre a organização de elementos do sistema verbal e do sistema imagético em três gêneros que têm a multimodalidade como característica composicional, quais sejam: charge, tira e peça publicitária. Em seguida, debruçamo-nos sobre duas notícias – mais precisamente, sobre dois compósitos formados por manchete e fotografia –, gênero que traz a multimodalidade como estratégia discursiva, mas não necessariamente como característica. Para terminar, passamos às considerações finais.

Argumentação em uma abordagem discursiva

A Teoria Semiolinguística do Discurso, proposta pelo linguista francês Patrick Charaudeau e desenvolvida por diferentes pesquisadores, muitos deles brasileiros, apreende a linguagem como algo indissociável de seu contexto psicossocial. A partir de uma visão epistemológica pragmaticamente orientada, Charaudeau (2008) propõe que a linguagem emerge para satisfazer finalidades dos sujeitos em interação, visando a produzir diferentes efeitos por meio de seu uso.

Segundo Charaudeau (2020), o ato comunicativo é o resultado de operações linguístico-discursivas realizadas por instâncias subjetivas, a partir de situações bem definidas. Para o autor, o ato de linguagem é balizado por três parâmetros não hierárquicos: (i) *centralidade do sujeito*, ancorada no princípio da alteridade; (ii) *normatização* por restrições sociais e instruções discursivas, o que ele chama de *contrato de comunicação*; (iii) *distinção entre efeito visado e efeito produzido*, fundada na dupla identidade (psicossocial e discursiva) do sujeito. Para o autor,

os *efeitos visados* pertencem ao sujeito comunicante ou locutor, que supostamente viriam de sua intencionalidade, e os *efeitos produzidos* pertencem ao sujeito receptor, que se envolve em interpretações em função de sua identidade psicossocial.

E entre os dois, se podemos dizer as coisas dessa maneira, encontram-se os *efeitos possíveis*, que estão naquilo que foi dito (o texto). O dito que circula entre os diferentes parceiros de uma troca linguageira é rico de múltiplos sentidos, resultado de coconstruções (o encontro “intenção-interpretação”) que produzem os parceiros da troca (CHARAUDEAU, 2020, p. 255, grifos nossos).

Essa proposta de análise busca articular o discurso a acontecimentos textuais e sociais por meio de duas atividades complementares: a da *produção* e a da *interpretação*, regidas por espaços de restrições e estratégias. Essas restrições e estratégias se processam em uma *mise-en-scène* (encenação) discursiva de que participam seres sociais e entidades discursivas, como ilustra figura 1 a seguir:

Figura 1 – Representação do ato de linguagem



Fonte: Elaborado com base em Charaudeau (2008, p. 52; 2020, p. 255)

A figura 1 demonstra que, por meio do processo interlocutivo, acontece um desdobramento dos lugares enunciativos: o ser que comunica (EUc) e o ser que interpreta (TUi) são seres sociais que participam da situação de comunicação (espaço externo); no espaço do dizer, eles projetam dois seres que só existem durante a troca linguageira, quais sejam, o Eu Enunciador (EUe) e o Tu Destinatário (TUi), imagens discursivas que são forjadas no processo de interação sócio-historicamente localizado.

Essa dinâmica é balizada pelo contrato de comunicação, caracterizado pela reunião de processos linguístico-discursivos e psicossociais determinados pela situação de comunicação. Mais especificamente, o contrato rege as expectativas mútuas dos sujeitos do ato de linguagem e legitima a construção dos sentidos durante as interações humanas, pois viabiliza:

aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade), identificarem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objetivo temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias) (CHARAUDEAU, 2004, p. 132).

Nesse viés, entendemos que o sujeito enunciador, de forma explícita ou não, busca sempre influenciar o sujeito destinatário, o que confere, nos termos de Amossy (2007), uma *dimensão argumentativa* a todo e qualquer discurso – “integro a análise argumentativa na análise do discurso, de modo constitutivo e não apenas secundário (nisso me sinto próximo de Ruth Amossy)” (CHARAUDEAU, 2020, p. 258). Uma vez que “o aspecto argumentativo de um discurso se encontra frequentemente no que está implícito”, Charaudeau (2008, p. 203) ressalta que “a argumentação não se limita a uma sequência de frases ou proposições ligadas por conectores lógicos”, mas na relação de *causalidade* entre duas proposições, instanciada na superfície textual por meio de diferentes marcas formais ou, como proposto neste artigo, índices multimodais.

A charge de Hubert a seguir, publicada no jornal Folha de S. Paulo, quando o Brasil atingiu a marca de mil mortes por dia devido à Covid-19, em maio de 2020, ilustra claramente essa relação de causalidade característica da argumentação, bem como a localização sócio-histórica do evento:

Figura 2 – Charge sobre a responsabilidade do discurso do ex-presidente na elevação dos números de casos de Covid-19



Fonte: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1665451251642050-charges-maio-2020>. Acesso em 24/08/2022.

Nesse texto multimodal, a responsabilidade de aumento do número de mortos e infectados no Brasil é atribuída ao ex-Presidente da República Jair Bolsonaro. Ao reiterar o discurso de que a economia não poderia estagnar devido à pandemia, Bolsonaro, insistentemente, defendeu a flexibilização da quarentena, o que, conseqüentemente, pode ter agravado o problema relacionado à crise sanitária no país. Na charge, o ex-presidente aparece empurrando uma bola com imagens do vírus, numa alusão ao fato de que problemas não resolvidos se acumulam e se transformam em uma “bola de neve”. Nesse cenário, portanto, é possível inferir a tese de que o aumento no número de casos de Covid-19 no Brasil tem estreita relação com a falta de medidas eficazes do governo federal para combater a epidemia, conclusão à qual é possível chegar ao se considerar diversos índices de interpretação, como o conhecimento do momento histórico representado pela charge, bem como as imagens e os subentendidos evocados.

Assim, no âmbito da Teoria Semioliúística do Discurso, a argumentação consiste em defender uma tese, uma asserção sobre o mundo, chamada de *proposta*, com a qual o sujeito concorda ou discorda, ação chamada de *proposição*. Ao defender seus motivos para concordar ou discordar, segundo Charaudeau (2008), o sujeito lança mão da *persuasão*. Portanto, o *dispositivo argumentativo*, no entendimento dessa teoria, diz respeito à tríade *proposta*, *proposição* e *persuasão*. Como a tese não precisa estar explícita como nos modelos retóricos clássicos, Charaudeau (2016) diz que todo discurso pode ser argumentativo, já que se insere em um dispositivo argumentativo que tem a finalidade de influenciar em maior ou menor grau o destinatário.

Apoiados em pressupostos da Teoria Semioliúística do Discurso, portanto, tomamos a argumentação como a tentativa de o enunciador levar o destinatário a concordar com uma determinada ideia, realizar uma ação ou experienciar uma emoção, e não apenas a argumentação como sinônimo de raciocínio demonstrativo. Nesse sentido, Charaudeau (2007) entende a argumentação como uma prática social, sendo um dos papéis do analista do discurso estudar e compreender as condições da enunciação que, operadas, viabilizam o processo argumentativo, permitindo que se instaure o que o pesquisador chama de *problemática de influência*: o enunciador constrói seu discurso com *efeitos de verdade*, ou seja, objetiva levar o interlocutor a crer em uma dada verdade, não necessariamente comprova uma dada verdade. É por essa razão que o autor afirma que a situação de comunicação

fornecerá as pistas necessárias à produção e à interpretação adequadas dos enunciados, visto que os sentidos são coconstruídos pelos sujeitos envolvidos na troca comunicativa. Aqui, abrimos um parêntese para lembrar que *situação de comunicação* e *situação de enunciação* não apresentam equivalência:

a primeira é o lugar onde se instaura a sobredeterminação sociológica e psicológica dos sujeitos (identidades e estatutos dos participantes da troca, aposta da troca em termos de visada, possibilidades de intervenções dadas pelo dispositivo da situação)... A segunda é o lugar onde se instaura a encenação discursiva ordenada pelo sujeito falante, na qual são construídos enunciator e destinatário. É essa distinção que justifica a existência de quatro sujeitos do ato de linguagem. (CHARAUDEAU, 2020, p. 264).

Originado na *mise-en-scène* discursiva de que participam esses quatro sujeitos, o ato de argumentação pode ocorrer de forma explícita, por meio da organização de sequências argumentativas claramente identificáveis, como definidas por Adam (2019), ou de forma implícita, por meio de inferências que extrapolam os limites tangíveis do texto. Amossy (2007) compreende que há, portanto, uma *orientação argumentativa*, quando os textos explicitamente procuram convencer ou persuadir, e uma *dimensão argumentativa*, quando os textos objetivam agir sobre o interlocutor, mas não por meio de um raciocínio objetivamente construído no plano verbal:

Na medida em que a análise do discurso (AD) entende descrever o funcionamento do discurso em situação, ela não pode evitar sua dimensão argumentativa. Sem dúvida, o ato de tomar a palavra nem sempre se destina a conduzir o público a aprovar uma tese. Da conversa cotidiana aos textos literários, muitos são os discursos que não têm orientação argumentativa. Entretanto, a fala que não tem a intenção de convencer acaba por exercer alguma influência, orientando maneiras de ver e de pensar (AMOSSY, 2007, p. 121-122).

É, portanto, por meio das instruções fornecidas pela situação de comunicação que os sentidos podem ser produzidos e recuperados a partir de um ato de linguagem. No âmbito de uma ação argumentativa, o sujeito enunciator realiza seu projeto argumentativo, problematizando, posicionando-se ou provando a sua tese, a depender de suas finalidades discursivas e das condições materiais em que constrói seu discurso, o que pode levá-lo a empregar não apenas palavras, mas também artefatos imagéticos, como discutimos na próxima seção.

Inferências intersemióticas em perspectiva semiolinguística

Entendemos a argumentação como uma atividade linguístico-discursiva ampla, perpassando diferentes gêneros discursivos que apresentam a finalidade de influenciar o interlocutor. Neste artigo, defendemos, então, que, inserida em determinada situação de comunicação, que fornece as pistas contextuais para que um enunciado seja efetivamente produzido e interpretado, a argumentação pode ser engendrada por meio da orquestração de múltiplas semioses integradas e correlacionadas.

Elias (2016, p. 194) diz que essa associação entre elementos verbais e não verbais, a que ela chama de multimodalidade, é “traço constitutivo da história da escrita”. A autora destaca a importância da multimodalidade para a orientação argumentativa de um texto, levando em consideração recursos tipográficos como o negrito e a caixa alta que, por serem recursos visuais, tornam o texto jornalístico analisado por ela multimodal:

Assim sendo, elementos gráficos (tamanho, estilo, cor ou fonte) associados aos espaciais (reco, entrelinha ou posição na página) contribuem para a especificação do problema, para a identificação e a descrição do especialista da área e para a solução apontada, assumindo funções como a de enfatizar dados e organizar o texto do ponto de vista das unidades semânticas que lhe são constitutivas [...]. São, portanto, importantes sinalizadores do modo de organização do texto, dos tópicos que o compõem, de partes que merecem destaque no processo argumentativo e que foram configuradas de um determinado modo para orientar a leitura e a compreensão. Trata-se, por conseguinte, de recursos que, à sua maneira, funcionam como **orientadores argumentativos** (ELIAS, 2016, p. 203, grifos no original).

Partimos desse mesmo posicionamento de Elias (2016), entendendo que os recursos multimodais orientam argumentativamente a construção de sentidos em um texto. Diferentemente da autora, entretanto, trazemos à discussão textos em que a associação dos materiais verbal e imagético engendra a argumentação, fenômeno que nomeamos de *argumentação multimodal*, vale saber: o emprego estratégico de diferentes modalidades textuais com finalidade argumentativa (SILVA; MARCHON, 2021).

Numa aposta de que os sentidos possíveis são o resultado das coconstruções operadas pelos parceiros da comunicação, a compreensão da dimensão argumentativa dos textos multimodais

ou multissemióticos mobiliza conhecimentos linguísticos (diríamos, semióticos) e contextuais. Assim, o sentido é construído na relação entre o texto materialmente representado e o contexto socio-historicamente marcado, com base em vários tipos de conhecimento: da língua, do gênero discursivo, da situação de comunicação, do mundo, incluindo o conhecimento sobre os comportamentos sociais. Para Charaudeau (2018), em todas as etapas da compreensão, o sujeito interpretante faz inferências, sejam elas internas ou externas ao enunciado. Nessa linha de raciocínio, defendemos que a argumentação multimodal pode ser acessada pelos parceiros do ato comunicativo por meio da associação de elementos verbais e imagéticos que constituem o enunciado.

Conforme o próprio idealizador da Semiologia, essa perspectiva de análise do discurso leva em consideração diferentes semioses por meio das quais se manifesta a linguagem. A fim de explicar o significado do termo que nomeia a teoria proposta, Charaudeau (2005, p. 13) explica:

eis porque a posição que tomamos na análise do discurso pode ser chamada de *semiologia*. Semio-, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do sentido e sua configuração se fazem através de uma relação forma-sentido (em **diferentes sistemas semiológicos**), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação; *lingüística* para destacar a matéria principal da forma em questão – a das línguas naturais. (Grifos nossos).

Portanto, apesar de explicitamente a Semiologia se voltar de maneira mais direta à linguagem verbal, outros sistemas semiológicos são considerados nesse modelo, o que nos permite mobilizar conceitos semiológicos para a apreensão da argumentação multimodal.

Sobre as noções de compreensão e interpretação, que passam obrigatoriamente por reflexões sobre a construção da significação, Charaudeau (2018) nos apresenta suas considerações que partem da hermenêutica, enquanto disciplina filosófica, chegando às ciências da linguagem. Em sua perspectiva, a compreensão consiste “em um ato resultativo, e a interpretação em uma série de operações” (p. 2). Isto é, por meio da interpretação, chega-se à compreensão global do discurso. A compreensão, por sua vez, é processada em dois níveis:

o primeiro corresponde ao nível de uma *compreensão do sentido* que se dirá literal, explícita, possivelmente compartilhada por

todo sujeito que tenha conhecimento da língua. O segundo diz respeito ao nível de uma *compreensão da significação* que se dirá indireta, específica das circunstâncias de produção e de recepção do ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2018, p. 14, grifos no original).

Sobre relacionar elementos internos e externos ao enunciado no processo de construção de sentido, Charaudeau (2018, p. 17) explica que as operações interpretativas são inferenciais: a *inferência centrípeta interna* mobiliza componentes presentes no enunciado (cotexto), levando-se em conta relações sintagmáticas e paradigmáticas; a *inferência centrífuga externa*, por sua vez, ancora-se em conhecimentos exteriores ao enunciado (contexto), em um constante jogo de interações língua-mundo. Nas palavras do autor, inferência é

um mecanismo cognitivo pelo qual o receptor de uma mensagem interpreta, a partir de um ato de linguagem dado, um sentido que ele tira dos elementos que foram enunciados, seja combinando-os entre si, seja apelando para dados da vizinhança linguística e para saberes sobre os interlocutores (CHARAUDEAU, 2018, p. 16).

Para a Teoria Semioliológica, a convergência dessas duas atividades inferenciais é o que permite levantar hipóteses de interpretação. Hipóteses essas que também se relacionam com a identidade dos protagonistas, a natureza do contrato de troca e as circunstâncias materiais da comunicação – o dispositivo. Sobre o dispositivo de comunicação, Charaudeau aborda as associações entre múltiplas semioses que nos permitem tecer inferências por meio da relação língua-imagem:

Ao dispositivo, podem-se acrescentar os elementos de outras matérias semióticas que acompanham os textos (o paratextual) cuja relação permite fazer inferências significantes. Isso acontece com as histórias em quadrinhos que são interpretáveis num jogo de vaivém entre o desenho e o texto que se encontra nos balões, texto verbal escrito, transformado, por vezes, por astúcias gráficas imaginadas para exprimir emoções. O mesmo acontece com as fotos e legendas das páginas dos jornais, sendo que as fotos só podem ser compreendidas pela orientação interpretativa das legendas, o que sucede também nas caricaturas e desenhos de imprensa (CHARAUDEAU, 2018, p. 21-22).

Nesses casos, o autor afirma que são processadas *inferências intersemióticas*. Balizados, pois, pelas considerações apresentadas por Charaudeau (2008, 2018), mostramos, nas duas seções subsequentes que,

embora alguns textos não apresentem uma organização argumentativa evidente, podemos vislumbrar uma intencionalidade argumentativa, por meio da relação palavra-imagem operada por processos inferenciais.

Argumentação multimodal em gêneros inerentemente multisemióticos

Nesta seção, apresentamos a análise de três gêneros midiáticos inerentemente constituídos pela conjugação de palavras e imagens, procurando aplicar as considerações esquadrinhadas anteriormente sobre o tratamento da argumentação multimodal por meio de uma abordagem semiolinguística, nomeadamente, as considerações sobre argumentação e inferência.

Um exemplo clássico de gênero midiático que mobiliza a argumentação multimodal via inferência intersemiótica é a charge. O chargista, por meio de imagens e palavras, comenta o cotidiano e registra parte da história da vida política, econômica e social do país, pretendendo “alertar, denunciar, coibir, e levar à reflexão” (AGOSTINHO, 1993, p. 229). Observamos essas características na charge de Laerte, a seguir, publicada na semana em que o governo do estado de São Paulo, à época da primeira onda de contaminação pela Covid-19, no primeiro semestre de 2020, antecipa a flexibilização das regras de distanciamento social, autorizando a reabertura dos *shoppings*:

Figura 3 – Charge sobre reabertura de *shoppings* no período de isolamento social



Fonte: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1668249644026185-charges-junho-2020>. Acesso em 24/08/2022.

De acordo com Charaudeau (2008, p. 24), “a finalidade do ato de linguagem (tanto para o sujeito enunciador quanto para o sujeito interpretante) não deve ser buscada apenas em sua configuração verbal, mas, no jogo que um dado sujeito vai estabelecer entre esta e seu sentido implícito”. Isso posto, entendemos que a finalidade da charge de Laerte pode ser interpretada como uma tentativa de denunciar e criticar ações tanto dos governantes quanto da população que lotou os *shoppings* paulistas nos primeiros meses da pandemia, em 2020. Essa inferência intersemiótica é viabilizada pela conjugação entre o elemento imagético e verbal.

Mais especificamente, o jogo imagético sugere que há uma tendência de crescimento do número de mortes pela Covid-19 no Brasil devido ao aumento de circulação de pessoas. A ascensão dos indivíduos nas escadas rolantes que se cruzam na imagem se coaduna aos números apresentados à direita da charge, que representam as quantificações em gráficos, tais como os apresentados pelos veículos de informação. Ocorre, assim, uma inferência centrípeta interna entre os elementos imagéticos e verbais. Estes, somados à inferência centrífuga externa, a qual considera o contexto histórico pandêmico, permite que o sujeito interpretante possa reconhecer o possível projeto argumentativo que se realiza por meio da multimodalidade: a abertura dos *shoppings* foi uma atitude que demonstrou falta de empatia e expressou o negacionismo por parte da população, dentre outras possibilidades interpretativas que dependem do próprio universo de crença do sujeito interpretante. Afinal, na charge, a marca de 40 mil vidas perdidas está na base do gráfico; o movimento apenas de subida das escadas rolantes repletas de pessoas acena para a inevitável tendência de ascensão dessa taxa.

Desse modo, a argumentatividade não apenas se inscreve no uso da língua, mas também no modo como esse uso se configura em práticas comunicativas que requerem a mobilização de diferentes modalidades (ELIAS, 2016). Assim como o gênero charge, a argumentação multimodal está presente e é passível de ser discutida no gênero tira, como exemplificamos a seguir:

Figura 4 – Tira sobre insegurança racial



Fonte: <https://revistatrip.uol.com.br/trip/o-pai-do-armandinho-o-menino-de-cabelo-azul-que-reflete-sobre-arte-a-politica-e-direitos-humanos>. Acesso em 13/08/2022.

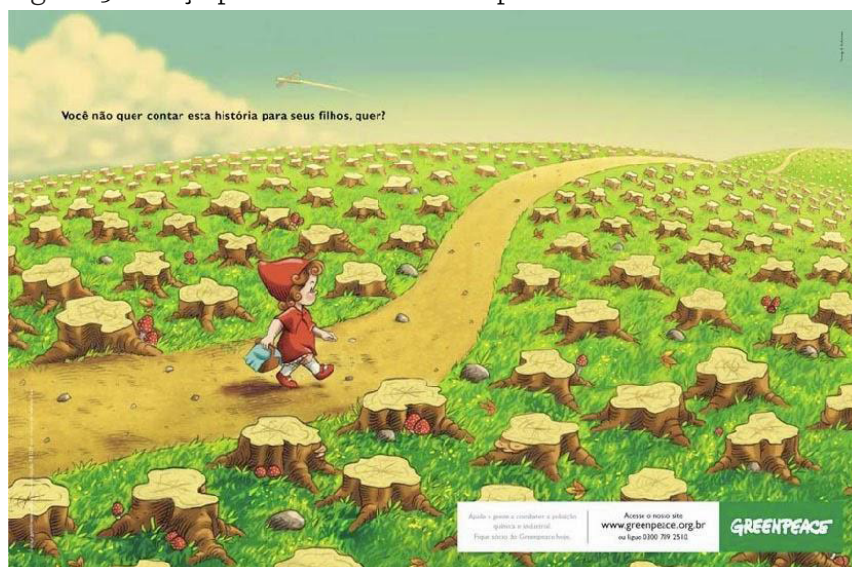
A partir da leitura global da tira, levando em consideração os elementos intersemióticos, podemos inferir que a tese defendida pelo enunciador se relaciona à vulnerabilidade do povo negro frente à opressão policial. Em um movimento de mobilização do material verbal que compõe o texto, os enunciados “não posso correr agora” e “para mim, não é seguro”, ditos pelo personagem negro, permitem que compreendamos que esse enunciador pode correr certo risco. Em um processo interpretativo que relaciona os enunciados verbais e a mudança de expressões faciais dos personagens à mera presença de uma autoridade policial – revelada pelo uniforme azul, coturno e o armamento preso à cintura –, pode-se chegar à compreensão de que crianças negras, conforme denuncia a tira, sentem-se ameaçadas e têm medo de, ao correr, serem repreendidas violentamente pela autoridade policial. Essas inferências intersemióticas, que, simultaneamente, acionam elementos internos e externos ao enunciado, levam em consideração os imaginários sociodiscursivos embasados em saberes de conhecimento que atestam a repressão policial em relação à população negra.

Além da diferença relacionada à cor da pele das crianças que aparecem na tira e da mudança de expressão facial dos meninos, chamamos a atenção para a disposição dos elementos verbais e não verbais do último quadrinho: Camilo, o menino negro, não aparece na última cena, apenas Fê e seu gato estão perto do policial; todavia, o único balão de fala nessa cena é do menino negro. A serenidade de Fê se contrasta com o medo de Camilo; a presença do balão de fala sem ligação direta com o personagem na cena pode sinalizar que o sentimento de insegurança de Camilo é compartilhado por outras pessoas negras.

Desse jogo enunciativo–interpretativo entre os elementos verbais e imagéticos, internos e externos à tira, emerge a argumentação multimodal acionada por processos inferenciais intersemióticos, e desvela-se a tese de que o tratamento mais ou menos violento da polícia está intimamente relacionado com a cor do cidadão repreendido. Na construção de um real, em que se misturam ficção e factualidade, os esforços discursivos buscam o *verossímil*, em lugar do *verdadeiro*, questão fundamental do processo argumentativo, uma vez que o verossímil depende das representações socioculturais compartilhadas pelos membros de um determinado grupo, em nome da experiência e/ou do conhecimento, no e pelo discurso.

O terceiro gênero midiático constitutivamente multimodal analisado neste artigo é a peça publicitária. O texto selecionado foi publicizado pelo grupo ambientalista *Greenpeace*:

Figura 5 – Peça publicitária do Greenpeace



Fonte: <http://encantamentosdaliteratura.blogspot.com/2009/05/anuncios-greenpeace.html>. Acesso em: 14/08/2022

Nessa peça publicitária, a argumentação multimodal é deflagrada pelo conhecimento intertextual acerca do conto Chapeuzinho Vermelho, que, em sua história original, atravessa uma densa floresta. A mobilização desse conhecimento externo ao texto apresentado associado às imagens das árvores cortadas e ao enunciado verbal pode fazer emergir a tese de que o desmatamento das florestas é maléfico para a vida no planeta.

Para que essa compreensão seja alcançada, é possível entender que a interpretação centrípeta é efetivada por meio da pergunta retórica

“Você não quer contar esta história para seus filhos, quer?”, em que o interpretante, leitor da peça publicitária, sendo falante do português, compreenda os significados convencionalizados dos termos que compõem a sentença. Na relação língua-imagem, o sintagma nominal “esta história” direciona o processo interpretativo para os elementos imagéticos do texto, em um movimento centrípeto que ultrapassa o sistema verbal, mas ainda se mantém atrelado ao contexto. Entretanto, é a mobilização do conhecimento intertextual do interlocutor sobre o conto fantástico a que se faz alusão, no qual a protagonista caminha por uma floresta densa, um processo de inferência centrífuga externa, que permite a instauração da compreensão global do texto e o possível cumprimento da finalidade argumentativa da publicidade em apreço: a reflexão e a conscientização acerca do desmatamento.

Como apresentado nesta seção, nos gêneros charge, tira e peça publicitária, o processamento da compreensão do discurso exige que sejam associados os materiais verbais e imagéticos do texto, acionando, no processo, diferentes inferências, sob pena de o texto não fazer sentido. Em gêneros como notícia e reportagem, por outro lado, entendemos que seja possível compreender esses textos sem que se faça, necessariamente, a referida associação entre palavras e imagem. Nesse procedimento de leitura, porém, o que se perde é exatamente o empreendimento argumentativo do enunciador, a tomada de posição, ainda que sutil, da instância midiática, como abordamos na seção seguinte.

Argumentação multimodal em notícias

No que diz respeito ao discurso jornalístico de informação, Charaudeau propõe um contrato especial, o *contrato de comunicação midiática*. Para o autor (2007, p. 67), a situação da comunicação das mídias se inscreve em um duplo contrato: um de *informação* e outro de *captação*. A primeira face do contrato focaliza a informação propriamente dita e tende a produzir um objeto de saber, para informar o cidadão; a outra face procura produzir um objeto de consumo ancorado em uma lógica comercial, para captar o público-alvo. Dessa forma, as empresas de mídia constroem-se numa visão psicossociológica dos leitores, os quais passam, de certa forma, a guiar tanto as escolhas temáticas dos conteúdos divulgados, quanto as estratégias redacionais para a produção dos textos veiculados. Em outras palavras, a escolha dos conteúdos e

o tratamento da informação estão relacionados com a identidade dos leitores, dessa forma, coautores do discurso midiático (MARCHON, 2011).

Embora o posicionamento subjetivo tenda a ser evitado em gêneros como notícia e reportagem devido à natureza do duplo contrato de comunicação, que visa à informação e à captação, é possível encontrar, na escolha lexical e nos elementos imagéticos que acompanham esses textos, juízos valorativos que podem ser considerados uma forma de argumentação e, portanto, de posicionamento subjetivo. Nos dois exemplos apresentados a seguir, discutimos como a associação entre manchete e foto pode representar importante estratégia argumentativa e revelar que a neutralidade que permearia determinados textos jornalísticos, como a notícia, é apenas ilusória¹.

O texto a seguir foi publicado em 18 de abril de 2019, pela Revista Exame. A Revista Exame é normalmente tida como um veículo de informação mais inclinado ideologicamente à esquerda. Nessa matéria, vemos um texto multimodal que traz a informação de que o ex-presidente Jair Bolsonaro havia reduzido a captação de recursos para a Lei Rouanet, lei essa que garante auxílio do governo a artistas de diferentes especializações e que foi alvo de ataques constantes por parte do ex-presidente e seus apoiadores.

241



Fonte: <https://exame.com/brasil/bolsonaro-chama-lei-rouanet-de-desgraca-e-reduz-captacao-a-r-1-mi/>. Acesso em: 24/08/2022.

¹ Por limitações espaciais, neste artigo, analisamos apenas a relação de sentido que se instaura entre manchete e fotografia, sem mobilizarmos partes do corpo das notícias selecionadas.

De acordo com a manchete em tela, o líder do executivo chegou a chamar a lei de “desgraça”, uma escolha lexical que apresenta uma qualificação depreciativa bastante expressiva, visto remeter ao campo semântico religioso. É importante perceber, ainda, que a constituição sintática aponta para uma relação de causa-efeito expressa pelo conector *e*, neste enunciado, com valor de conclusão e não necessariamente de adição. Com isso, apesar de apresentar uma manchete considerada negativa e pesarosa por uma parte da população, nomeadamente a classe artística, a imagem que acompanha a chamada apresenta o ex-presidente segurando o riso, quase em uma expressão de “deboche”.

Por meio da inferência centrípeta interna, considerando apenas os elementos linguísticos e imagéticos presentes no texto, fica evidente que o ex-presidente do Brasil impôs cortes orçamentários. Por meio da inferência centrífuga externa, levando-se em consideração os conhecimentos acerca das ideologias que regem o governo Bolsonaro, infere-se o posicionamento contrário a determinados nichos sociais, no caso, a classe artística. Nesse processo de significação, a fotografia do ex-presidente associada ao texto da notícia pode desencadear certa revolta por parte do interlocutor que não concorde com os cortes efetuados na captação dos recursos para a lei Rouanet, enquanto pode levar interlocutores que concordem com tais cortes a se regozijarem.

Essa configuração que correlaciona e integra manchete e fotografia representa, em nosso entendimento, uma manobra discursiva da instância de produção visando a um efeito de sentido irônico, visto que a imagem não representa de modo inequívoco o teor apresentado na matéria: se o conteúdo da notícia é ruim para parte dos brasileiros, não deveria haver a imagem do ex-presidente sorrindo, ou melhor, segurando o riso. O veículo de comunicação, ao selecionar a imagem dentre tantas outras possíveis, não só informa, mas avalia negativamente a medida de Bolsonaro, sugerindo que o ex-presidente teve prazer em efetivar a redução de captação de recursos para a promoção de projetos artísticos, o que, em tese, parece contraditório. Ancorados em Barthes (1990) e Santaella (2012), chamamos essa aparente contradição na relação palavra-imagem de *argumentação multimodal por divergência*, a saber: “estratégia empregada pelo enunciador ao fazer uso de material verbal e icônico cuja relação, em princípio, parece provocar certo efeito de dissonância entre os sentidos expressos” (SILVA; MARCHON, 2021, p. 11).

Também observamos a argumentação multimodal por divergência na notícia sobre o aumento da popularidade de Emmanuel Macron, presidente da França, à época do incêndio de uma das catedrais francesas mais antigas em estilo gótico, a Catedral de Notre-Dame. No dia 19 de abril de 2019, a Revista Exame publica:

Figura 7 – Notícia sobre Macron

Popularidade de Macron cresce após incêndio da Catedral de Notre-Dame

A popularidade do presidente francês estava em queda livre nos últimos meses, na esteira de uma série de protestos populares



Fonte: <https://exame.com/mundo/popularidade-de-macron-cresce-apos-incendio-da-catedral-de-notre-dame/>. Acesso em 13/08/2022.

Por meio da interpretação permitida pelo movimento de inferência centrípeta interna, tal como apontado por Charaudeau (2018), é acionado o conhecimento do código linguístico para se compreender o enunciado “Popularidade de Macron cresce após incêndio da Catedral de Notre Dame”. Ainda por meio desse processo que se realiza no plano cotextual, o referente “Macron” é focalizado no plano imagético, em uma relação aparentemente objetiva. Entretanto, a mobilização de inferências centrífugas externas faz emergir conhecimentos acerca do fazer político, do valor histórico da catedral de Notre-Dame e de toda repercussão social em torno do incêndio, o que sugere que Macron, inadequadamente, se vale da tragédia cultural para promover o crescimento de sua popularidade. O item “após”, além da ideia de sequencialidade, sinaliza a relação de causalidade entre o incêndio e o crescimento da popularidade do presidente francês, embora os fatos pudessem não estar relacionados de forma direta.

Essa compreensão proposta, entretanto, só é possível pela dimensão argumentativa apresentada pela orquestração de manchete e fotografia, novamente, escolhida de maneira não aleatória pela instância de produção. Dentre outras imagens possíveis do presidente da França, os responsáveis pela produção e circulação da notícia escolheram uma fotografia que traz Macron olhando diretamente para a câmera e com uma expressão facial que pode ser compreendida, em nossa comunidade sociocultural, como um sorriso comedido de quem não lamenta o incidente com a catedral.

Como se vê, diferentemente dos três primeiros gêneros analisados neste artigo (charge, tira e peça publicitária), nas notícias, o material imagético não é elemento composicional obrigatório desse gênero. Sua presença estratégica e indissociável da manchete, todavia, orienta a compreensão e focaliza pontos que o enunciador considera relevantes na matéria jornalística – não diremos que se trata de uma manipulação do discurso no sentido pejorativo da expressão, mas entendemos se tratar de um direcionamento importante que alicerça a dimensão argumentativa do discurso. Nesse viés, se o leitor entrar em contato apenas com o material verbal, será informado de que houve um corte na lei Rouanet, por meio do primeiro exemplo, e que houve o crescimento da popularidade de Macron devido ao incêndio em Notre Dame, por meio do segundo exemplo. Contudo, a escolha das fotografias dos presidentes sorrindo leva à compreensão de que, embora as notícias sejam consideradas negativas por significativa parte dos leitores, os presidentes não se mostraram pesarosos, pelo contrário.

Nesses jogos sociais de verossimilhança instanciados pelas empresas de mídia, a orquestração de múltiplas semioses pode representar uma importante estratégia argumentativa para a instância de produção simular a neutralidade que se supõe ter o discurso jornalístico de informação. Sem esgotar as discussões, passamos às considerações que diríamos *parciais*, não *finais*, dada a complexidade multissemiótica fundante dos discursos a que nos propomos analisar neste artigo.

Considerações (não) finais

Amparando-nos, sobretudo, na Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, que entende o discurso como o uso da língua situado em um contexto sócio-histórico, procuramos

apresentar reflexões e análises que demonstram a possibilidade de a argumentação ser efetivada por meio de textos multimodais. Aqui, entendemos que a multimodalidade é a presença de diferentes modalidades ou semioses na composição de discursos que se materializam em textos.

Mobilizando as considerações de Charaudeau (2018) acerca dos processos de interpretação e compreensão, partimos da análise de três textos midiáticos produzidos pela associação compulsória entre palavra e imagem, vale lembrar, charge, tira e peça publicitária. Além disso, também analisamos duas notícias, em que a imagem não faz, obrigatoriamente, parte da composição do gênero em si, sendo trazida de maneira facultativa e estratégica a fim de fornecer direcionamentos para a compreensão do discurso veiculado. Pudemos perceber que a argumentação multimodal se realiza de maneira diferente nos dois grupos de texto.

No grupo de textos que apresentam a multimodalidade como inerente ao formato genérico, palavra e imagem se coadunam para que, por meio dos processos de inferência centrípeta interna e inferência centrífuga externa, o sujeito interpretante compreenda a mensagem basilar dos textos. Por outro lado, nas notícias jornalísticas, levando em conta os mesmos processos interpretativos, a compreensão conduz a conclusões diferentes, justamente pelo fato de as imagens, aparentemente, não refletirem o fato noticiado, como observamos nas imagens dos presidentes do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, e da França, Emmanuel Macron, trazidas pela Revista Exame. Essa escolha imagética proposital leva à compreensão de que os políticos aprovaram os incidentes descritos pelas manchetes, parcela verbal do discurso que ora se analisa, o que denota o ponto de vista valorativo da instância de produção, que os condena.

Compreendemos, assim, que, na medida em que o material imagético não apenas ilustra o conteúdo verbal, mas veicula junto a ele um todo coeso e coerente com forte teor argumentativo, buscando orientar o leitor a determinadas conclusões, com exclusões de outras, foi possível averiguar a existência de um fenômeno linguístico-discursivo que nomeamos *argumentação multimodal*, vale lembrar: o emprego estratégico de diferentes semioses com finalidade argumentativa, viabilizado pelos diferentes processos de inferência que permitem a compreensão global dos discursos.

Referências

- ADAM, J. M. **Textos**: tipos e protótipos. São Paulo: Contexto, 2019.
- AGOSTINHO, Alcione Torres. **A charge**. São Paulo: ECA/USP, 1993.
- AMOSSY, Ruth. O lugar da argumentação na análise do discurso: abordagens e desafios contemporâneos. **Filologia e Linguística Portuguesa**, n 9. ZAVAGLIA, Adriana (trad.). São Paulo: USP, 2007 (p. 121-146).
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos III (L. Novaes, Trad.). Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira, 1990.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; GAVAZZI, Sigrid (orgs.). **Da língua ao discurso**: reflexões para o ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. A argumentação em uma problemática da influência. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Compreensão e interpretação**: Interrogação em torno de dois modos de apreensão do sentido nas ciências da linguagem. Ciad-Rio, 2018. Disponível em: <https://ciadrj.letas.ufrj.br/>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- CHARAUDEAU, Patrick. O turbilhão do interdiscurso. In: CAVALCANTE, Mônica Magalhães; BRITO, Mariza (org.). **Texto, discurso e argumentação**: traduções. Campinas: Pontes Editores, 2020.
- ELIAS, Vanda Maria. Estudos do texto, multimodalidade e argumentação: perspectivas. **ReVEL**, Edição Especial, v. 14, n. 12, 2016
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images**: the grammar of visual design. London: Routledge, 2006.
- MARCHON, Amanda Heiderich. **A ação coadjuvante do leitor na produção do discurso midiático**. 2011. Dissertação (Mestrado em Letras Vernáculas) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Letras, Rio de Janeiro, 2011.
- SANTAELLA, Lucia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.
- SILVA, Welton Pereira e; MARCHON, Amanda Heiderich. Argumentação multimodal: uma proposta teórico-metodológica. **Acta Scientiarum. Language and Culture**, v. 43, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.4025/actascilangcult.v43i1.56894>.