

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS**

VANDA MARIA ALVES SANTANA

**O ENCAPSULAMENTO IMAGÉTICO NA CONSTRUÇÃO DA ARGUMENTAÇÃO
EM TEXTOS VERBO-IMAGÉTICOS**

TERESINA

2019

VANDA MARIA ALVES SANTANA

**O ENCAPSULAMENTO IMAGÉTICO NA CONSTRUÇÃO DA ARGUMENTAÇÃO
EM TEXTOS VERBO-IMAGÉTICOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Piauí, como parte dos requisitos à obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de Concentração: Linguagem e Cultura
Linha de Pesquisa: Estudos do texto: produção e recepção.

Orientadora: Profa. Dra. Silvana Maria Calixto de Lima.

TERESINA

2019

S231e Santana, Vanda Maria Alves.

O encapsulamento imagético na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos / Vanda Maria Alves Santana. - 2019.
120f. : il.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Piauí – UESPI,
Programa de Mestrado Acadêmico em Letras, 2019.

“Área de Concentração: Linguagem e Cultura.”

“Orientador(a): Prof. Dra. Silvana Maria Calixto de Lima.”

1. Referenciação. 2. Encapsulamento. 3. Argumentação.
4. Textos Verbo-Imagéticos. I. Título.

CDD: 469



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ-UESPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

TERMO DE APROVAÇÃO

O ENCAPSULAMENTO IMAGÉTICO NA CONSTRUÇÃO DA ARGUMENTAÇÃO EM
TEXTOS VERBO-IMAGÉTICOS

VANDA MARIA ALVES SANTANA

Esta dissertação foi defendida às 10 horas, do dia 29 de março de 2019, como requisito parcial para a obtenção do título de **Mestre em Letras** pela Universidade Estadual do Piauí. A candidata apresentou o trabalho para a Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após a deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado..... (Aprovado, não aprovado).

Silvana Maria Calixto de Lima
Professora Dr^a Silvana Maria Calixto de Lima – UESPI
Orientadora

Pedro Rodrigues Magalhães Neto
Professor Dr. Pedro Rodrigues Magalhães Neto
1º examinador – UFPI

Franklin Oliveira Silva
Professor Dr. Franklin Oliveira Silva
2º examinador – UESPI

Visto da Coordenação:

Feliciano José Bezerra Filho
Prof. Dr. Feliciano José Bezerra Filho
Coordenador do Mestrado Acadêmico em Letras
da UESPI

Rua João Cabral, Nº 2231 - Pirajá – CEP: 64.002-150 Teresina -PI
Telefone (86) 3213-2547 / 3213 – 7942

À minha força maior, Deus. À minha família, especialmente meus pais, meu esposo, companheiro de todas as horas, meus dois filhos amados e a Domingos de Lima (*in memoriam*), que com oração, amor e palavras de apoio sempre me incentivaram a continuar percorrendo essa caminhada tão árdua.

AGRADECIMENTOS

Esta é a hora de reconhecer o apoio de todos que, diretamente ou indiretamente, contribuíram para este momento tão especial chegar. E é graças a Deus, que me permitiu caminhar até aqui, que posso agora retribuir com os meus sinceros agradecimentos:

Ao Senhor absoluto da minha vida, Deus, por me tornar maior do que eu sou. Sem Ele nem a minha própria existência seria possível.

À minha grande intercessora, Virgem Maria, que esteve sempre comigo desde os primeiros estudos para a seleção do mestrado até esta etapa final.

Aos meus pais, Joaquim e Graça, pelas orações, pelo apoio incondicional, incentivo constante e compreensão pelas minhas ausências. Sem eles tudo seria muito mais difícil.

À minha ajuda adequada, meu esposo Gilson, que suportou tantas viagens, compreendeu os meus momentos mais difíceis, apoiou-me e esteve sempre ao meu lado, servindo-me de suporte. Obrigada também por todas as vezes que você foi além de pai, sendo, também, mãe para o João e a Maria, quando eu não podia.

Aos meus dois filhos amados, João Paulo e Maria Paula, que são as bênçãos maiores que Deus me concedeu e os frutos do grande amor Dele por mim. Vocês foram meu alimento e meu combustível ao longo dessa caminhada, filhos.

In memoriam, ao meu amado e querido Domingos de Lima, que do céu ora, acredita e torce por mim. Neste momento tão importante, mesmo ausente fisicamente, ele se faz presente eternamente em minhas saudosas lembranças.

À minha comadre, Fernanda, que cuidadosamente tomou conta dos meus pais, dos meus filhos e da minha casa, durante todo o processo do meu Mestrado, sempre providenciando o necessário para que eu não tivesse tantas preocupações enquanto estivesse em Teresina.

Aos meus compadres, Toninho e Sandra e à minha amada afilhada, Nicole, pelas acolhidas em Teresina.

Aos meus colegas de turma, que dividiram comigo os bons momentos e aqueles mais difíceis que o Mestrado nos proporcionou, pelas horas de descontração, pelos nossos deliciosos lanches, brincadeiras e risos durante as aulas e pelo apoio moral durante as apresentações. Agradeço, em especial, à Quésia por ter dividido comigo não apenas uma quitinete, mas muitas conversas e, principalmente, por me apoiar quando eu achava que não ia

conseguir. Também ao Jeydson, que compartilhou comigo muitos textos e sempre esteve à disposição quando precisei de sua ajuda.

Ao Fábio, esposo da Quésia, que durante um ano nos levou e nos trouxe de Teresina. Obrigada por todas essas viagens, você e a Quésia foram providências divina para mim durante o Mestrado.

Às minhas companheiras de trabalho, Hannah e Fabiana Amado, que por dois anos assumiram carga horária quase dobrada, para que eu pudesse me dedicar aos estudos e concluir o Mestrado.

Aos demais amigos que sempre torceram e oraram por mim: Rossana, Rita Alves, Aurineide que, mesmo sem tempo, leu o meu texto cuidadosamente. Também a Gisele, amiga de todas as horas e, em especial, a Irma, que me apoiou nos momentos de choros durante essa árdua caminhada, sempre me dizendo palavras que me impulsionavam.

A todos os meus professores do Mestrado Acadêmico em Letras da UESPI, pelas inúmeras contribuições dadas à minha formação.

Aos professores Dr. Franklin e Dr. Pedro Magalhães, por aceitarem o convite para integrar a banca do Exame de Qualificação deste trabalho, contribuindo valorosamente para eu chegar a esta versão final.

E de forma muito especial eu agradeço à minha orientadora, professora Dra. Silvana Maria Calixto de Lima, por ter aceitado o desafio de trilhar esse caminho comigo, guiando cada etapa científica dele, com suas valiosas orientações. Muito obrigada pelas suas palavras sérias, porém necessárias à minha formação e ao meu crescimento intelectual, pela sua disposição e, principalmente por compartilhar comigo os seus conhecimentos e a sua grandiosa sabedoria, dando-me a oportunidade de iniciar uma caminhada científica. Sou-lhe imensamente grata. Muitas vezes, você acreditou em mim mais do que eu mesma acreditava.

À Universidade Estadual do Piauí, por proporcionar a mim, à minha turma e a tantos outros estudantes esta oportunidade de crescimento acadêmico e intelectual.

E a todos que acreditaram em mim e participaram de alguma forma desta conquista tão importante, meu muito obrigada.

*Uma imagem vale mais do que mil palavras,
sim; mas é em palavras (nem que seja só
numa) que tu sentes mil imagens. Tudo é
linguagem: tudo se faz de linguagem.*

Pedro Chagas Freitas

RESUMO

No contexto de uma abordagem interdisciplinar entre a Linguística de Texto e os Estudos da Argumentação, particularmente a abordagem da Nova Retórica de Perelman e Tyteca (2005), este trabalho investiga a hipótese do encapsulamento imagético proposta por Lima (2017) aplicada à construção de textos verbo-imagéticos, com foco em sua construção argumentativa. Nesse sentido, partimos do princípio de que as técnicas argumentativas, imbricadas no processo de encapsulamento imagético, constituem-se um peso significativo para a construção dos argumentos em textos verbo-imagéticos. Assim, o objetivo proposto por nós é investigar o processo referencial do encapsulamento na construção da argumentação de textos verbo-imagéticos. Nesse intuito, realizamos uma pesquisa do tipo exploratória, com abordagem de cunho qualitativo e de natureza bibliográfica. Para tanto, selecionamos, de sites da internet, nove cartazes de campanhas socioeducativas de temas variados, mas contendo expressões encapsuladoras em sua estrutura. Para construirmos a análise, elegemos as teorias da referenciação e da argumentação, através das quais mostramos de que forma o encapsulamento imagético atua na construção dos argumentos em textos verbo-imagéticos, a partir da proposta de Lima (2017) e dos pressupostos de Perelman e Tyteca (2005). Além desses pesquisadores, o aporte teórico para o desenvolvimento desta investigação está em Conte (2003), Francis (2003), Zavam (2003), Koch (2003; 2005), Cavalcante (2016), Elias (2016), entre outros. Os resultados das análises atestam que o processo referencial de encapsulamento não ocorre apenas em textos verbais, mas também pode ser encontrado em textos verbo-imagéticos, homologado pela porção encapsulada, que pode se apresentar tanto na forma imagética, quanto indiciada pela imagem conjugada com o enunciado verbal. Constatamos, também, que o encapsulamento imagético tem grande relevância no processo de construção dos argumentos no gênero investigado. Dessa forma, pudemos validar a hipótese de que uma expressão encapsuladora pode resumir uma porção textual imagética ou imagética em comunhão com o verbal, bem como o papel desse processo referencial se apresenta como uma espécie de gatilho para a construção da argumentação por meio das técnicas argumentativas identificadas. Nesse sentido, os elementos linguísticos devem ser vistos em integração com as demais semioses presentes no texto, e não apenas como elementos centrais no estudo da referenciação. Manifestamos ainda que este estudo não propõe uma exaustão do tema, mas pretende trazer contribuições para o mesmo, despertando o interesse dos profissionais da Linguística de Texto e das áreas afins.

Palavras-chave: Referenciação; Encapsulamento; Argumentação; Textos verbo-imagéticos.

ABSTRACT

In the context of an interdisciplinary approach between Text Linguistics and Argumentation Studies, particularly the Perelman's and Tyteca New Rhetoric approach (2005), this paper investigates the hypothesis of the imaging encapsulation proposed by Lima (2017) applied to the construction of texts verb-imagery, focusing on its argumentative construction. In this sense, we assume that the argumentative techniques imbricated in the process of encapsulation imagery constitute a significant weight for the construction of arguments in verbal-imagery texts. Then, the proposed aim by us is to investigate the referential process of encapsulation in the construction of the argumentation of verbal-imagery texts. For this purpose, we carried out exploratory research, with a qualitative and bibliographical approach. Thereunto, we selected, from Internet sites, nine posters of socio-educational campaigns of varied themes, but containing encapsulating expressions in its structure. In order to construct the analysis, we choose the theories of reference and argumentation, through which we show how the imaging encapsulation acts in the construction of the arguments in verb-imagery texts, based on Lima's proposal (2017) and Perelman's and Tyteca (2005). In addition to these researchers, the theoretical contribution to the development of this research is in Conte (2003), Francis (2003), Zavam (2003), Koch (2003; 2005), Cavalcante (2016), Elias (2016), and others. The results of the analyzes confirm that the referential encapsulation process does not occur only in verbal texts, but can also be found in verb imaging texts, homologated by the encapsulated portion, which can be presented both in the imaging form and in the image conjugated with the verbal statement. We also found that the imaging encapsulation has great relevance in the process of constructing the arguments in the genre investigated. In this way, we could validate the hypothesis that an encapsulating expression can summarize an imaginary or imaginary textual portion in communion with the verbal, as well as the role of this referential process is presented as a kind of trigger for the construction of the argumentation through the argumentative techniques identified. In this sense, the linguistic elements must be seen in integration with the other semiosis present in the text, and not only as central elements in the study of the reference. We also state that this study does not propose an exhaustion of the theme, but intends to bring contributions to it, arousing the interest of professionals in Text Linguistics and related areas.

Keywords: Referral; Encapsulation; Argumentation; Verb-imagery texts.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 – Cartaz (1) Campanha socioeducativa contra a AIDS.....	41
Figura 2 – Cartaz (2) Campanha socioeducativa sobre acidentes de trânsito	41
Figura 3 – Cartaz (3): Campanha socioeducativa sobre violência sexual contra crianças e adolescentes	81
Figura 4 – Cartaz (4): Campanha Socioeducativa “Minha Escolha Faz a diferença no Trânsito”	88
Figura 5 – Cartaz (5): Campanha socioeducativa de incentivo ao respeito pelo ciclista no trânsito	93
Figura 6 – Cartaz (6): Campanha socioeducativa de caráter social sobre segurança no trânsito ...	95
Figura 7 – Cartaz (7): Campanha socioeducativa contra o comércio ilegal de animais silvestres	98
Figura 8 – Cartaz (8): Campanha socioeducativa contra o assédio moral.....	100
Figura 9 – Cartaz (9): Campanha socioeducativa de caráter social contra o tabagismo	102
Figura 10 – Cartaz (10): Campanha Socioeducativa “Fogueiras: Apague Essa Ideia!”	104
Figura 11 – Cartaz (11): Campanha Socioeducativa contra a Violência Sexual.....	106
Figura 12 – Cartaz (12): Campanha socioeducativa “ajude a tirar o hemocentro da reserva. doe sangue”	109
Quadro 1 – Processos referenciais	33
Quadro 2 – Grupos de argumentos	65
Quadro 3 – Quadro geral das categorias analíticas	70
Quadro 4 - Funções da linguagem visual	76

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 CONCEPÇÕES DE TEXTO E PERSPECTIVA DA REFERENCIAÇÃO	15
1.1 A construção do conceito de texto em LT.....	15
1.2 O conceito de texto na perspectiva sociocognitiva.....	20
1.3 Referenciação	22
1.3.1 Da noção de referência à noção de referenciação.....	22
1.3.2 Referenciação: pressupostos.....	25
1.4 Os processos referenciais.....	30
1.5 O processo de encapsulamento: estado da arte.....	35
1.6 O encapsulamento imagético.....	40
1.7 As funções discursivas dos encapsuladores e a metadiscursividade	42
2 ARGUMENTAÇÃO	46
2.1 Retórica: do clássico ao novo	46
2.1.1 A Retórica Clássica	47
2.1.2 A Nova Retórica	49
2.2 A formação dos auditórios em Perelman.....	51
2.3 As técnicas argumentativas	54
2.3.1 Os argumentos quase-lógicos	54
2.3.2 Os argumentos baseados na estrutura do real.....	60
2.3.3 Os argumentos que fundamentam a estrutura do real.....	62
2.3.4 Os argumentos por dissociação das noções	64
2.4 Multimodalidade e argumentação	66
3. O SUPORTE CARTAZ E O GÊNERO CAMPANHA SOCIOEDUCATIVA	69
3.1 Cartaz: relações entre o suporte e o gênero	69
3.2 História e atividade social do cartaz	72
3.3 O argumento visual no gênero campanha socioeducativa.....	79
4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS	83
4.1 Procedimentos metodológicos	83
4.2 Constituição do <i>corpus</i>	84

4.3 Caracterização da pesquisa.....	85
4.4 Procedimentos de análise.....	86
4.5 Análises dos cartazes de campanhas socioeducativas	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS	115

INTRODUÇÃO

O fenômeno da referenciação sempre foi de grande relevância para a área da Linguística de Texto e seus estudos, ainda hoje, despertam o interesse de vários pesquisadores, tendo em vista os inúmeros trabalhos desenvolvidos acerca dessa temática. Nesse sentido, é importante salientar que o desenvolvimento dos estudos, nessa área, está intrinsecamente ligado ao conceito do seu objeto de estudo, o texto, que passou por uma apurada descrição até chegar a um melhor entendimento dos processos que envolvem a sua construção de sentidos. Atualmente, a área em questão vem voltando o seu interesse para trabalhos que estão desenvolvendo pesquisas com textos multimodais, considerando-se que, desde os seus estudos iniciais, quase sempre foi dada primazia às investigações que tratavam basicamente da linguagem verbal.

Dessa forma, desde o momento em que as diversas semioses que envolvem a construção do texto passaram a ser consideradas, esse objeto de investigação começou a despertar, ainda mais, o interesse de diversos pesquisadores, a exemplo de Lima (2017), que vem investindo em pesquisas acerca dos processos referenciais em textos que envolvem as semioses verbal e imagética. Em seus estudos mais recentes, a referida pesquisadora faz a proposição de encapsulamento imagético, no qual ela vislumbra a ocorrência desse fenômeno em textos multimodais.

Na literatura da área, constatamos que o encapsulamento sempre foi concebido como o resumo de uma porção textual verbal, tal como foi observado em estudos pioneiros, como os desenvolvidos por Conte (2003), Francis (2003) e Cavalcante (2016). Nesse contexto, apesar dos novos enfoques dados aos estudos dos processos de referenciação na atualidade, ainda se faz necessário refletir a respeito do encapsulamento quando se trata de textos verbo-imagéticos.

Nesse âmbito, a descrição do referido fenômeno tem alcançado considerados avanços, como se pode constatar no trabalho desenvolvido por Lima (2017) quando ela propõe uma subcategoria de encapsulamento. Diante desse aspecto, é necessário estender a aplicação das categorias de análise da Linguística de Texto aos textos que envolvem as semioses verbais e imagéticas; em particular, no que diz respeito à descrição do encapsulamento na construção da argumentação nesses textos, visto que essa abordagem não pode mais ficar restrita ao universo dos textos verbais.

Diante dessa questão, a presente pesquisa está inserida na área da Linguística Textual e tem como foco principal o processo referencial do encapsulamento. Tendo em vista isso,

objetivamos neste trabalho apresentar a proposta de encapsulamento imagético defendida por Lima (2017), investigando como esse fenômeno textual atua na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos, particularmente, no caso do gênero campanha socioeducativa.

Com base nas pesquisas desenvolvidas por essa autora sobre os processos de referenciação nos textos supracitados e nos estudos de Elias (2016) sobre a orientação argumentativa que os aspectos multimodais dão ao texto, foi que começamos a refletir sobre a importância dessa subcategoria de encapsulamento na construção dos argumentos no gênero investigado. Assim, apoiados nas teorias que tratam desse tema, esta pesquisa pretende mostrar que o encapsulamento não é um fenômeno recorrente exclusivamente em textos verbais. Além disso, esse fenômeno textual desempenha funções na construção dos argumentos nos textos verbo-imagéticos em análise nesta pesquisa.

O material selecionado para o desenvolvimento deste estudo compõe-se de nove cartazes de campanhas socioeducativas, coletados de diversos sites da internet, que contêm expressões encapsuladoras em sua constituição. Os cartazes escolhidos abordam campanhas socioeducativas de diferentes temáticas, incluindo trânsito, comércio ilegal de animais silvestres, assédio moral, tabagismo, queimadas, violência sexual e doação de sangue.

No que diz respeito à organização deste trabalho, optamos em estrutura-lo em quatro capítulos. O capítulo 1 trata da forma como a concepção de texto foi sendo construída desde os seus estudos pioneiros, traçando um panorama evolutivo do seu conceito até chegarmos à perspectiva de base sociocognitiva, que dá fundamento para a atual concepção de texto assumida pela LT, sendo a que adotamos neste trabalho. Essa abordagem concebe o texto como um evento social resultante da interação. Em seguida, discorreremos acerca da referenciação, enfocando os seus pressupostos, partindo dos estudos realizados por Mondada e Dubois (2003) e Custódio Filho (2011). Na sequência, discorreremos sobre os processos referenciais, priorizando as anáforas. Abordamos, também, o estado da arte do processo de encapsulamento, incluindo o encapsulamento imagético proposto por Lima (2017). E, no último tópico deste capítulo, abordamos algumas discussões acerca das funções discursivas dos encapsuladores e da metadiscursividade.

O capítulo 2 é dedicado ao estudo da argumentação, tendo como suporte teórico os estudos desenvolvidos por Perelman e Tyteca (2005) no Tratado da Argumentação. Inicialmente, apresentamos os estudos retóricos, partindo da base aristotélica até a Nova Retórica, considerada uma releitura da Retórica Clássica. Seguidamente, fazemos uma abordagem do conceito de auditório em Perelma e Tyteca (2005), dando maior enfoque ao auditório universal, conceito fulcral para este trabalho. Na sequência, tratamos das técnicas

argumentativas da Nova Retórica, explorando os tipos de argumentos estudados no Tratado da Argumentação. Encerramos o capítulo fazendo uma abordagem a respeito da multimodalidade e da argumentação, entendida aqui, como atividade discursiva que influencia o interlocutor a aderir a uma tese, pressupondo dois aspectos importantes: a intencionalidade e a aceitabilidade, conforme Elias (2016). Assumimos a hipótese de que os recursos imagéticos são partes constituintes do texto que contribuem para a construção de sentidos e funcionam como recurso argumentativo.

No capítulo 3, voltamos o nosso olhar para o gênero campanha socioeducativa, no intuito de esclarecermos o que é um suporte e o papel social que ele representa. Esse capítulo tem como objetivo proporcionar um delineamento acerca do suporte e, para isso, ele foi dividido em três tópicos. Inicialmente, tecemos esclarecimentos sobre os equívocos que existem entre suporte e gênero, depois fazemos algumas elucidações sobre a história e a atividade social do cartaz e finalizamos com algumas considerações sobre a argumentação visual. Para a tessitura dessa parte do nosso estudo, apoiamos-nos em Marcuschi (2003), Carvalho (2008), Abreu (2011), Belonas (2011), Saviane (2011), Bisinoto (2015), Mateus (2016) e Bezerra (2017).

O capítulo 4 versa sobre a metodologia empreendida nesta pesquisa e desdobra-se em cinco partes. Inicialmente, detalhamos os procedimentos metodológicos adotados na condução das nossas análises. Em seguida, apresentamos a constituição do *corpus* de investigação, no caso, nove exemplares de cartazes de campanhas socioeducativas. Depois expomos a caracterização da pesquisa, seguida dos procedimentos de análise que nortearam este estudo, e encerramos o capítulo com a análise dos dados, empreendida a partir do *corpus* selecionado para a nossa investigação, a qual se realizou considerando a perspectiva de que o encapsulamento é um fenômeno textual que, da mesma forma como ocorre em textos verbais, pode, também, ocorrer em textos verbo-imagéticos.

Concluimos os nossos estudos com as considerações finais acerca das investigações, quando são retomados os principais pontos das análises realizadas nos exemplares, evidenciando-se, dentre outras questões relevantes, a validação das hipóteses levantadas inicialmente, de que o fenômeno do encapsulamento pode ocorrer em textos verbo-imagéticos, além de ajudar na construção dos seus argumentos. Com isso, atestamos que o processo referencial de encapsulamento não pode ficar restrito apenas à materialidade linguística do texto, mas devemos, também, considerar as múltiplas semioses que o compõe.

1 CONCEPÇÕES DE TEXTO E PERSPECTIVA DA REFERENCIAÇÃO

Um estudo mais amplo acerca do processo de encapsulamento exige uma compreensão mais detalhada sobre os fenômenos que envolvem a construção de texto. Por essa razão, é mister entendermos, primeiramente, como o conceito de texto se delineou ao longo da trajetória da Linguística de Texto (doravante LT). Com esse intuito, apresentamos neste capítulo, inicialmente, um panorama da conceituação do texto como objeto científico, expondo de que forma essa concepção foi sendo construída até chegar ao seu entendimento hoje. Ao longo da discussão, destacamos as fases de desenvolvimento da LT e, posteriormente, fazemos a exposição da proposta teórica da referenciação a partir dos pressupostos de Mondada e Dubois (2003). Finalizamos o capítulo destacando a proposição de encapsulamento imagético defendida por Lima (2017).

1.1 A Construção do Conceito de Texto em LT

A trajetória dos estudos em LT se deu a partir da segunda metade da década de 1960 até meados da década de 1970 e a concepção de seu objeto de estudos passou por três momentos teóricos distintos: o transfrático, as gramáticas de texto e a virada pragmática, antes de se chegar ao momento em que o texto é reconhecido como resultante de processos mentais.

Conforme Koch (2004), na fase inicial, conhecida como transfrática, a preocupação básica eram os estudos dos mecanismos interfráticos que compõem o sistema gramatical da língua. Esse momento ficou marcado pela preocupação em explicar os fenômenos referentes ao texto, que se direcionavam por uma visão ora estruturalista, ora gerativista e ora funcionalista. Os estudiosos desse período procuravam explicar os fenômenos da correferência, da pronominalização, da seleção do artigo (definido e indefinido), a ordem das palavras, a concordância dos tempos verbais, a relação tema/tópico – rema/comentário, a relação entre enunciados não ligados por conectores explícitos, fenômenos de ordem prosódica, entre outros, o que resultou em várias concepções de texto. E, assim, iniciaram-se os primeiros estudos sobre a coesão, que nessa época não era diferenciada da coerência, entendida nesses estudos como mera propriedade do texto. Dessa forma, portanto, a primeira concepção de texto começou a se erigir, passando este a ser visto como resultado de um “múltiplo referenciamento” e definido “como uma sucessão de unidades constituídas mediante uma *concatenação pronominal ininterrupta*” (KOCH, 2004, p. 4 – grifos da autora). Ao que se percebe, nesses estudos, prevaleceram as investigações formais.

Porém, essa concepção que marcou os estudos pioneiros ainda era uma concepção estrita, pois tomava o texto como uma sequência de retomadas, limitando os seus estudos à investigação de dois conhecimentos co-referenciais: as anáforas e as catáforas, com poucas menções aos fenômenos remissivos não co-referenciais, como os fenômenos das anáforas associativas e indiretas e a dêixis textual, entre outros que hoje se tornaram nodais nas investigações em LT, conforme aponta Koch (2004). De acordo com a autora referida, também, não foram levados em conta a possibilidade de retomada anafórica de porções textuais de maior ou menor extensão, como ocorre no exemplo (1), trazido por ela, em que a expressão remissiva destacada retoma todo o período que a antecede.

(1) Naquele dia, ele recebeu um telegrama, comunicando-lhe a volta da noiva, que se achava no exterior. *Isso* renovou-lhe o ânimo abatido (KOCH, 2004, p. 4 – grifos da autora).

De acordo com Bonifácio e Maciel (2018), a transição da fase interfrástica para a fase das gramáticas textuais ocorreu por causa de dois fatores importantes: o primeiro foi a percepção de que muitos textos não apresentavam o fenômeno da co-referenciação e o segundo foi a observação de que, para se compreender um texto seria essencial levar em consideração os conhecimentos intuitivos do falante. Em decorrência disso, nessa segunda fase de desenvolvimento da LT, houve a evolução de alguns aspectos referentes à concepção de texto, que foram preocupações ainda da fase inicial, como a tarefa dos gerativistas de se ocuparem na construção das gramáticas de texto. Para esses linguistas, o texto era a unidade linguística mais alta. Dá-se aqui, então, a passagem de uma visão de texto constituído por frases para uma dimensão maior dos componentes linguísticos que o compõem. Isso justifica o abandono do método de investigação ascendente (da frase para o texto) do primeiro momento, para a adoção de uma investigação que se partisse do texto para a frase por meio da segmentação das unidades mais altas, ao contrário do que acontecia na tendência anterior. A preocupação agora era descrever as categorias e as regras de combinação do texto, como apresenta Koch (2004).

As tarefas básicas das gramáticas de textos apontadas por essa autora são, primeiramente, determinar os princípios de constituição do texto, verificando o que faz com que um texto seja considerado texto e, também, verificar os fatores responsáveis pela coerência e as condições em que se manifesta a textualidade. A segunda tarefa é levantar critérios para a delimitação de textos e, por fim, diferenciar as várias espécies de textos.

Nessa tendência, postulava-se, ainda, a existência de uma competência textual semelhante à competência linguística chomskyana, em que “todo falante de uma língua tem a capacidade de distinguir um texto coerente de um aglomerado incoerente de enunciados” (KOCH, 2004, p. 6). Muitos estudiosos, de acordo com essa pesquisadora, dedicaram-se à construção de gramáticas textuais, a exemplo deles podemos destacar os estudos desenvolvidos pelo estruturalista Weinrich (1964, 1971, 1976), para quem o texto é uma sequência linear de lexemas e morfemas interligados. Para ele, toda linguística é linguística de texto. Outro nome trazido por Koch (2004) é Petöfi (1973), que adotou o modelo transformacional. Além dele, essa pesquisadora apresenta também os estudos desenvolvidos pelo gerativista van Dijk (1972), que, segundo ela, foi um dos pioneiros nos estudos do texto/discurso e destaca os nomes de Dressler (1970, 1972) e Charolles (1978, 1979) no desenvolvimento dos estudos semânticos, bem como os de Brinker (1973), Rieser (1973, 1978) e Viehweger (1976, 1977).

A virada pragmática constitui outro período relevante na evolução da concepção do objeto de estudos da LT, que para Koch (2004) tem início na metade da década de 1970. Nessa tendência, o texto ganha outras dimensões e passa a ser considerado como produto das interações e os sentidos são determinados pela linguagem em uso, como argumentam Cavalcante e Custódio Filho (2010). O texto, dentro dessa perspectiva, sai do sistema para o funcionamento da língua, a LT ultrapassa os limites da frase e passa a conceber a linguagem como forma de interação.

Esse aspecto traz à tona a necessidade de os linguistas tentarem descrever e explicar a língua dentro de um contexto, considerando as suas condições de uso. Koch (2004) expõe que o texto deixa de ser visto como um produto acabado e passa a ser considerado como instrumento de realizações interativas. As análises textuais agora deixam o campo sintático e semântico, passando à noção de elementos que constituem uma atividade complexa de comunicação. A língua, assim, passa a ser compreendida como forma específica de comunicação social. Nesse mesmo período, desenvolveu-se a Teoria dos Atos de Fala, o que atribuiu à LT a tarefa de provar que os pressupostos e a metodologia dessa teoria poderiam ser aplicados ao estudo do texto, assim como sua produção e recepção.

Koch (2004), tendo como base Charolles (1903), também ressalta que foram acrescentados os fatores de ordem pragmática e contextual ao conceito de coerência, que passa a ser concebida como um princípio de interpretabilidade do discurso. Para Koch (2004), foi essa definição que levou postular a não existência de sequência de enunciado incoerente, justificada pelo fato de que, “numa interação, é sempre possível construir um contexto em que

uma sequência aparentemente incoerente passe a fazer sentido” (KOCH, 2004, p. 20). Em outros termos, o texto só se torna incoerente para alguém quando não for possível construir o sentido dele.

Outro momento importante que antecedeu a atual concepção de texto foi o da virada cognitiva, que teve início na década de 1980, conforme Koch (2004), e é marcado pelos estudos acerca da textualidade, desenvolvidos por Beugrande & Dressler (1981) e van Dijk (1972). De acordo com Koch (2004), partindo dessa década a LT inaugura uma nova fase, que culminará em outra concepção de texto. Foi a partir desse momento que a definição de texto começou a se delinear em torno dos processos mentais. Na visão de Koch (2004, p.21), “quem age precisa dispor de modelos mentais de operações e tipos de operações”. Portanto, o texto na perspectiva cognitivista, origina-se de múltiplas operações cognitivas interligadas. Foi a partir desse pensamento, então, que surgiu a necessidade de agregar os processos cognitivos à concepção de texto, o que proporcionou um direcionamento de olhar para o sujeito e, mais precisamente, para a ação realizada por este durante o processo de construção do texto. Ainda, segundo Koch (2004), foi o olhar para as operações cognitivas que levou o texto a ser concebido como o resultado de processos mentais.

É a abordagem procedural, segundo a qual os parceiros da comunicação possuem saberes acumulados quanto aos diversos tipos de atividades da vida social, têm conhecimentos representados na memória que necessitam ser ativados para que sua atividade seja coroada de sucesso (KOCH, 2004, p. 21).

Partindo da visão de que o texto é produto de conhecimentos armazenados na memória, Koch (2004) faz referência aos quatro sistemas de conhecimentos responsáveis pelo processamento textual de Heinemann & Viehweger (1991), que são: o linguístico (conhecimentos gramatical e lexical), responsável pela articulação som-sentido; o enciclopédico, semântico ou conhecimento de mundo, que se encontra armazenado na memória de cada indivíduo, podendo ser declarativo (proposições a respeito dos fatos do mundo) ou episódico (modelos cognitivos socioculturalmente determinados); o conhecimento sociointeracional, que diz respeito às ações verbais, sobre as formas de interação através da linguagem e engloba os conhecimentos ilocucional, comunicacional, metacomunicativo e superestrutural; e, por fim, o conhecimento referente a modelos textuais globais, que permite aos falantes reconhecerem textos como exemplares de determinado gênero ou tipo. Todos esses conhecimentos coabitam com o processo de produção textual, já que, na perspectiva cognitiva, ao se produzir um texto todos eles são acionados porque estão acumulados na

mente, justificando a teoria de que o texto resultaria de processos mentais. Nas palavras de Koch (2004), esses modelos constituem:

Conjuntos de conhecimentos socioculturalmente determinados e vivencialmente adquiridos, que contêm tanto conhecimentos sobre cenas, situações e eventos, como conhecimentos procedurais sobre como agir em situações particulares e realizar atividades específicas (KOCH, 2004, p. 23).

Para essa autora, os modelos dos quais ela fala, resultam das experiências do dia a dia e estão estocados na memória e, é por meio deles, que somos capazes de produzir as inferências que permitem suprir as lacunas encontradas na superfície textual. Ela explica que o conhecimento procedural engloba outros conhecimentos e funciona como uma espécie de controle dos demais. Ele permite, também, que os interlocutores façam adaptações e readaptações, de acordo com as necessidades que surgem no momento da interação. Englobam ainda, por exemplo, o saber sobre as práticas do meio sociocultural em que vivem os interactantes e permitem um domínio sobre as estratégias de interação, que se concretizam no processamento textual. Isso, segundo Koch (2004), faz o processamento textual ser estratégico e mobilizar *on line* os diversos sistemas de conhecimentos, não se limitando apenas às características textuais, mas também às características do próprio usuário da língua. De acordo com essa pesquisadora, as estratégias textuais podem ser de três tipos: cognitivas, sociointeracionais e textualizadoras.

As estratégias cognitivas, segundo Koch (2004), correspondem ao uso de conhecimentos e dependem dos objetivos do usuário em situação de uso da língua, da quantidade de conhecimentos que ele tem do texto e do contexto, por exemplo, das suas crenças e das suas atitudes. Esses aspectos permitem reconstruir a intenção do produtor do texto e, inclusive, reconstruir aquilo que não foi intencionado por ele, o que corresponderia às inferências. Conforme a autora, justamente são as inferências que possibilitam ao ouvinte ou leitor construir novas representações mentais. Além disso, elas tornam o texto coerente para o leitor e permitem que diferentes interpretações de um mesmo texto sejam feitas pelo leitor/ouvinte.

As estratégias interacionais são determinadas por modelos sociais e culturais e visam a estabelecer e manter uma boa interação verbal, como, por exemplo, as estratégias de preservação das faces e representação positiva do *self*. Aqui estão envolvidos o uso das formas de atenuação e as estratégias de polidez, de negociação, entre outras no intuito de estabelecer o consenso entre os interactantes por meio de negociações. Para Koch (2004, p. 28), “toda

interação envolve a negociação de uma definição da própria situação e das normas que a governam”. Dessa forma, os aspectos relacionados à situação entre os interactantes estão sujeitos a negociações. Por fim, para a autora, as estratégias textuais, também consideradas interacionais e cognitivas, são as escolhas textuais que os interlocutores realizam, visando à produção de determinados sentidos.

Dessa forma, como apontado pela autora, foi a partir da virada cognitiva que se configuraram diversas pesquisas na área da LT como, por exemplo, os estudos acerca dos aspectos da textualidade e de seus princípios, que tanto contribuíram para o conhecimento do que seria um texto e um não texto. O desenvolvimento desses estudos serviu de pontapé inicial para se delinear a concepção de texto que hoje se configurou e consolidou na LT, já que se começou a pensar também no contexto social que envolve as produções textuais.

Após essas considerações feitas acerca da trajetória percorrida pela LT em relação à definição do seu objeto de estudo, doravante o nosso interesse converge para a concepção atualmente adotada por essa área de estudos do texto, que é a sociocognitiva.

1.2 O Conceito de Texto na Perspectiva Sociocognitiva

No contexto em que Koch (2004) aborda a linguagem como ação dinâmica, ela a coloca dentro de uma perspectiva interacionista e o texto entra como coadjuvante dessa ação, pois ele exerce papel fundamental nas relações humanas, já que é através dele que se processa a interação. Essa mesma autora ainda enfatiza que, na abordagem interacionista da linguagem, a noção de contexto amplia-se, constituindo agora a própria interação e os sujeitos envolvidos na ação são construídos, em grande parte, durante a interação. Os sujeitos nessa abordagem são vistos como atores/construtores e “o texto passa a ser considerado o próprio lugar da interação e os interlocutores, sujeitos ativos que – dialogicamente – nele se constroem e por ele são construídos” (KOCH, 2004, p. 33).

Ao conceber o texto como o lugar onde a interação acontece, essa teórica evidencia o caráter social e cognitivo que envolve a ação comunicativa, já que, para ela, é no texto que a interação é construída pelos seus agentes, os interactantes. Foi a partir desse pensamento que começou a se delinear uma visão voltada para os aspectos sociais, considerados por essa tese como inseparáveis do texto.

Nessa perspectiva, nas palavras de Cavalcante e Custódio Filho (2010, p. 58), “o texto emerge de um evento no qual os sujeitos são vistos como agentes sociais que levam em consideração o contexto sociocomunicativo, histórico e cultural para a construção de

sentidos”. Segundo os autores, o texto é visto na atualidade como um artefato de natureza dinâmica, por isso é tratado como um evento. Para eles, no estágio atual dos estudos da LT, o texto “fala em favor de um objeto dinâmico, multifacetado, resultante de uma atividade linguístico-sociocognitiva, na qual se incluem parâmetros discursivos” (p. 62). É nessa concepção que nos apoiamos no desenvolvimento das investigações desta pesquisa, pois essa perspectiva abarca os elementos linguísticos e os não linguísticos, que compõem o gênero por nós investigado.

Embasados nessa concepção dinâmica de texto, esses pesquisadores fizeram uma importante observação na definição de texto atribuída por Koch (2004). Eles perceberam que a concepção dessa escritora não abrange as diversas semioses que envolvem a construção do texto, sendo que, na atualidade, elas tornaram-se foco de interesses nas pesquisas em LT. Por isso, reformularam a concepção de Koch (2004), para que esta desse conta desses aspectos que se imbricam na dinâmica do texto e na construção dos seus sentidos, ou seja, as dimensões não verbais. Segundo eles, o conceito de Koch (2004), apesar de fundamentado sob uma base sociocognitivista, foi construído na égide do verbocentrismo. Nesse sentido, de acordo com Cavalcante e Custódio Filho (2010), o conceito deve ficar da seguinte forma:

A produção de linguagem [verbal e não verbal] constitui atividade interativa altamente complexa de produção de sentidos que se realiza, evidentemente, com base nos elementos [linguísticos] presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas que requer não apenas a mobilização de um vasto conjunto de saberes (enciclopédia), mas a sua reconstrução e a dos próprios sujeitos – no momento da interação verbal (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010, p. 64).

Para que o conceito de Koch (2004) abarcasse as semioses não verbais, os estudiosos fizeram duas modificações nele: acrescentaram após “linguagem” os termos “verbal” e “não verbal”, para mostrar que a linguagem não é exclusivamente verbal e eliminaram o adjetivo “linguístico” após “elementos”, reafirmando que na linguagem estão envolvidas diversas semioses (grifos nossos).

Diante do que foi discutido sobre a evolução do conceito de texto até aqui, devemos nos posicionar favoravelmente ao que Cavalcante e Custódio Filho (2010, p. 65) afirmam sobre as atuais ponderações acerca desse complexo objeto de estudos da LT. Para esses teóricos:

É necessário, então, tomar decisões sobre como estabelecer os conceitos de modo que fiquem claras as possibilidades de operacionalização das investigações. Defendemos que o pesquisador deve assumir toda a

complexidade do objeto texto e propor análises que deem conta dessa multiplicidade, considerando-se que, ainda que se configurem como não verbais, as diferentes manifestações semióticas ou os diferentes processos envolvidos em situações de interação sem o verbal passam por um tratamento linguístico quando da interpretação; essa seria a decisão mais coerente com o panorama atualmente delineado nos estudos sobre o texto (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010, p. 65).

Esses são aspectos relevantes que não podem ser desconsiderados na definição de texto, pois, como afirmam os teóricos, o texto é de ordem muito complexa.

Assim, afirmam Cavalcante e Custódio Filho (2010) que o texto tem natureza multifacetada em sua constituição, o que possibilita a comunicação ser estabelecida não apenas pelo uso da linguagem verbal, mas pela utilização de diversos outros recursos semióticos, acrescentando que:

Aceitar o alargamento dos limites do texto não pode ser encarado como uma concessão, mas, sim, como o compromisso de discutir seriamente os desafios que os usos impõem, mesmo que isso signifique reconhecer a falta (provisória) de aparato teórico para tratar algumas situações (CAVALCANTE; CUSTÓDIO FILHO, 2010, p. 65).

Levantadas essas questões sobre as dimensões não verbais que compõem o texto, aspectos que mais adiante serão retomados, já que o nosso *corpus* é constituído por textos verbo-imagéticos, passaremos agora ao estudo da referenciação, um dos grandes temas que surgiu com a perspectiva sociocognitivista.

1.3 Referenciação

Nesta seção, daremos novos passos rumo ao nosso objeto de estudo nesta pesquisa – o encapsulamento imagético, mas para continuarmos o nosso percurso, antes se faz necessário entendermos o que é a referenciação e os seus pressupostos para só depois seguirmos em direção ao nosso objetivo proposto neste trabalho. Portanto, agora trataremos da referenciação, iniciando a discussão discorrendo acerca da passagem dos estudos clássicos da referência aos estudos dos processos de referenciação.

1.3.1 Da noção de referência à noção de referenciação

Sempre que retomamos as discussões sobre a referência, deparamo-nos com uma antiga questão: a de tentar descobrir de que forma a língua refere o mundo, ou seja, de que forma as

palavras se relacionam com o mundo. Essa discussão há muito vem levando os estudiosos a buscarem respostas para questões como: de que forma o homem nomeia o mundo e, mais recentemente, como o homem interage sociocognitivamente com o mundo, dando sentido a ele. Tal questão é apontada por Mondada e Dubois (2003), razão pela qual essas teóricas advogaram pela substituição do termo referência por referenciação, assim como pela substituição dos referentes, que passam a objetos de discurso.

Essas questões referentes ao modo como o homem dá nome ao mundo ao seu redor têm sido objeto de investigações da Linguística, assim como também de outras áreas do conhecimento, sendo que nos estudos iniciais acerca desse fenômeno a referência era tratada como uma forma de representação do mundo e entendida como uma espécie de designação extensional das entidades do mundo extralinguístico. Nesse sentido, o conceito de referência partia do pressuposto de que havia uma relação entre a palavra e o que ela verbalizava, numa situação de verificabilidade da realidade. Contudo, os estudos realizados a partir da perspectiva sociocognitivista impulsionaram o surgimento de uma nova abordagem em relação a esse fenômeno e foi a partir daí que surgiu a proposta de substituir a noção de referência pela de referenciação, defendida por Mondada e Dubois (2003), que se posicionam afirmando que:.

A ideia segundo a qual a língua é um sistema de etiquetas que se ajustam mais ou menos bem às coisas tem atravessado a história do pensamento ocidental. Opomos uma outra concepção segundo a qual os sujeitos constroem, através de práticas discursivas e cognitivas social e culturalmente situadas, versões públicas do mundo (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 17).

Sendo assim, a visão clássica de referência como uma correlação entre a língua e o mundo é substituída por uma perspectiva que passa a enxergar essa relação a partir de uma atividade de natureza sociocognitiva, realizada por sujeitos sociais que constroem os objetos-de-discurso e compartilham conhecimentos em situação de comunicação. Diante dessa nova ideia é que o processo de referenciação é definido “como a construção e a reconstrução de objetos de discurso (os referentes), os quais não devem ser confundidos com a realidade extralinguística, uma vez que o entendimento é o de que esses referentes (re)constroem a realidade no processo de interação” (CAVALCANTE *et al.*, 2017, p. 96). Nesse sentido, os objetos de discurso são considerados como uma reelaboração da realidade, construídos durante a comunicação em um processo de colaboração entre os interactantes. Custódio Filho (2011, p. 121) definiu a referenciação como:

o conjunto de operações dinâmicas, sociocognitivamente motivadas, efetuadas pelos sujeitos à medida que o discurso se desenvolve, com o intuito de

elaborar as experiências vividas e percebidas, a partir da construção compartilhada dos objetos de discurso que garantirão a construção de sentido(s).

Partindo do entendimento de que a reelaboração da realidade se dá a partir de ações sociais que o homem vivencia e compartilha com os outros, Mondada e Dubois (2003) postulam que o sentido não está na língua, mas na atividade cognitivo-discursiva desencadeada pelos sujeitos em processo de interação. Em vista disso, “a construção da referência não pode ser estabelecida previamente, como se as palavras fossem portadoras de sentido” (CAVALCANTE *et al.*, 2017, p. 50). Em outros termos, o sentido é construído durante a interação, ele não se encontra pronto para ser usado pelos sujeitos. Esse aspecto levou Mondada e Dubois (2003) a questionarem os processos de discretização e de estabilização ao apresentarem a proposta de mudança terminológica, já mencionada, visando a uma abordagem, que segundo elas:

Implica uma visão dinâmica que leva em conta não somente o sujeito “encarnado”, mas ainda um sujeito sócio-cognitivo mediante uma relação indireta entre os discursos e o mundo. Este sujeito constrói o mundo ao curso do cumprimento de suas atividades sociais e o torna estável graças às categorias – notadamente às categorias manifestadas no discurso (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 20).

Essa visão de um sujeito sócio-discursivo leva essas linguistas a postularem que os processos de referenciação referem-se a uma relação que se estabelece entre o texto e a parte não linguística da prática em que ele é produzido e interpretado. Nas palavras dessas teóricas, essas práticas não dizem respeito:

A um sujeito cognitivo abstrato, racional, intencional e ideal, solitário face ao mundo, mas a uma construção de objetos cognitivos e discursivos na intersubjetividade das negociações, das modificações, das ratificações de concepções individuais e pública do mundo (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 20).

Entendendo o sujeito como um agente construtor da realidade social em que ele vive, essa perspectiva de referenciação questiona a concepção clássica de referência que postulava a língua como uma forma de etiquetar o mundo através das palavras, de acordo com o pensamento de Cavalcante *et al.* (2017). Ou seja, na visão mais tradicional, a natureza dos conceitos era concebida como uma relação de correspondência direta com o mundo real, visto aqui como autônomo e independente. Nesse sentido, entendemos que a perspectiva clássica de referência apoiava-se numa visão referencial, enquanto a perspectiva da

referenciação, posiciona-se em favor da não referencialidade da língua, opondo-se à ideia de autonomia desta.

A partir dessas reflexões, podemos entender que, atualmente, o processo de referenciação é compreendido como uma atividade realizada por sujeitos sociais e interativos, na qual a realidade e os objetos que os cercam são modificados e recategorizados num contínuo processo de interação. Nessa concepção, a referência é tratada como uma atividade dinâmica, através da qual os interlocutores se engajam para construir os sentidos.

Nesse panorama, podemos dizer que a passagem da referência à referenciação implica, como já explicado, um sujeito que participa ativamente da (re)construção da realidade ao seu redor, que dá sentido ao mundo social e cognitivamente. Nesse contexto, aprofundamos no próximo tópico a noção de referenciação e de objetos de discurso, terminologias adotadas em nossa pesquisa, trazendo à compreensão os pressupostos que sustentam a referenciação atualmente, assim como os tipos de processos referenciais estudados pela LT.

1.3.2 Referenciação: pressupostos

Custódio Filho (2011), com base em Mondada e Dubois (2003), apresenta em seu trabalho os cinco pressupostos da referenciação, os quais discutiremos nesta seção. O primeiro pressuposto diz respeito à instabilidade do real. Nessa perspectiva, a realidade pode ser traduzida em diferentes versões e elaborada conforme as necessidades dos interlocutores, já que, como afirma Custódio Filho (2011), um fato/fenômeno/evento/sentimento pode suscitar várias interpretações. O autor postula, igualmente, que “o papel das linguagens não é o de expressar fielmente uma realidade pronta e acabada, mas, sim, o de construir versões, elaborações dos eventos ocorridos, sabidos, experimentados” (p. 113). Como comprovação da tese de que uma mesma realidade pode ser expressa de diversas maneiras, o pesquisador utilizou os exemplos (2) e (3) a seguir:

(2) O Departamento de Polícia Federal (DPF ou PF) é um órgão subordinado ao Ministério da Justiça, cuja função é, de acordo com a Constituição de 1988, exercer a segurança pública para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio.

A Polícia Federal, de acordo com o artigo 144, parágrafo 1º da Constituição Brasileira, é instituída por lei como órgão permanente, organizado e mantido pela União e estruturado em carreira. Atua, assim, na clássica função institucional de polícia. [...]

Após 2003, houve uma intensificação dos trabalhos da Polícia Federal a partir de uma reestruturação iniciada pelo Governo Federal, o que desencadeou uma onda de prisões de quadrilhas de criminosos

especializados em fraudes eletrônicas na internet e em cartões de débito e crédito, de sonegadores ligados à corrupção e à lavagem de dinheiro, entre outros, e esbarrou em políticos, tanto ligados ao Governo quanto em adversários. Alguns analistas chegam a afirmar que a pressão da Polícia Federal teria levado Roberto Jefferson a denunciar o Mensalão.

Fonte: (Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADcia_federal. *apud* CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 112)

(3) O brasileiro já se acostumou a ligar o noticiário da TV para assistir ao desfile de carros da Polícia Federal, de onde saem homens parrudos de colete negro para algemar cidadãos apanhados de surpresa em suas casas e escritórios, além de carregar computadores e pilhas de documentos. Promovidas com previsível espalhafato, essas ações costumam receber nomes poéticos, como Operação Pasárgada, destinada a apurar fraudes em prefeituras, ou sensacionalistas, como a Operação Sanguessuga, que investigou desvios na compra de ambulâncias, ou mesmo de inspiração infantil, como Pinóquio, em torno de crimes ambientais.

Fonte: (ÉPOCA, 14 jul. 2008 *apud* CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 112)

Esses dois exemplos de Custódio Filho (2011) demonstram que os textos tematizam os mesmos referentes – Polícia Federal e os sujeitos investigados por ela – mas ambos constroem esses objetos de discurso de forma diferente. Em outras palavras, os dois textos elaboram uma mesma realidade, mas cada um à sua maneira. Sobre esse aspecto, Cavalcante et al (2017) argumentam em favor de que os referentes vão sendo modificados durante a comunicação devido aos acréscimos do cotexto e , do mesmo modo, pelas concepções de cada interlocutor, porque as ideias deles são diferentes, por essa razão os objetos de discurso não ficam completamente estáveis na mente dos interlocutores.

O segundo pressuposto refere-se ao caráter dinâmico da linguagem. Conforme Custódio Filho (2011), os objetos de discurso podem ser modificados durante a interação discursiva devido ao seu caráter dinâmico. Nesse aspecto, é importante ressaltar que a dinamicidade se dá pelo fato de que, durante a interação discursiva, os objetos de discurso sofrem alterações para atender às necessidades dos interactantes no ato da interação propriamente dita. De acordo com esse autor, um mesmo objeto de discurso pode passar por diferentes recategorizações, que se estabelecem na interação, através de diferentes expressões referenciais, como demonstrado no exemplo (4), em que as expressões sublinhadas representam as recategorizações sofridas pelo referente Yolanda Pulecio.

(4) **Pela liberdade de uma mulher**

Olhos baixos, mãos cruzadas sobre o colo, cabelos muito compridos e rosto magro e afilado, a mulher transmite dor e desalento em sua imobilidade.

Desde a selva, essa foi a “prova de vida” que mandaram a sua família. Vida, sim, mas vida que parece esvair-se na tristeza e no desalento de quem se sente vencida pelo prolongado tempo de sofrimento dos últimos seis anos.

Na cidade, outra mulher todos os dias manda uma mensagem para a mulher triste que se encontra na selva. Às 5 horas da manhã, Yolanda Pulecio faz chegar pelas ondas do rádio a própria voz até sua filha Ingrid Betancourt. E na comunicação diária das duas a esperança consegue abrir um caminho, titubeante e frágil, mas o suficiente para manter acesa uma chama por seis longos anos.

[...] Só mesmo a fé que a faz celebrar missas pelo mundo afora e ir falar com governadores, presidentes e o próprio Papa pode manter Yolanda Pulecio em pé, lutando pela libertação da filha. A bela Miss Colômbia agora é a mãe coragem que anda com a foto de Ingrid pelos quatro cantos do planeta, a fim de que não a esqueçam e saia do cativeiro. A cada manhã, quando o dia amanhece e na selva são 5 horas, Yolanda fala à filha querida. Para que ela não se sinta abandonada, não desanime, se alimente, mantenha acesa a tênue e bruxuleante chama da esperança.

No Dia Internacional da Mulher é belo ver, na situação limite de um cruel sequestro que parece não ter fim, a força do amor materno maior que qualquer outra coisa. Duas mulheres, mãe e filha, do fundo de sua dor ainda encontram forças para amar e declarar seu amor.

Enquanto Yolanda diz a sua filha que se alimente, para que possa manter a saúde e voltar ao convívio da família, transcende sua dor para manter viva aquela que um dia trouxe em seu ventre e deu à luz. Por seu lado, Ingrid, em meio ao desalento e à exaustão em que se encontra, escreve longamente à mãe, única que sabe não poder viver sem ela.

Que toda essa dor não seja em vão. E que a violência não tenha a última palavra. Que o longo suplício dessas duas mulheres chegue ao fim e possa ser redenção para elas mesmas e para o povo pelo qual lutam.

(BINGEMER, 2008 *apud* CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 114-115)

Conforme Cavalcante *et al.* (2017, p. 97), “cada locutor escolhe diferentes maneiras de introduzir os referentes no texto que está produzindo e, por esse meio, vai orientando o interlocutor sobre como espera que ele interprete os objetos de discurso”. É esse aspecto que atribui o caráter dinâmico à referenciação, mesmo que a reconstrução dos objetos de discurso não ocorra conforme as expectativas do locutor, conforme salientam os referidos autores.

O terceiro pressuposto apresentado por Custódio Filho (2011) é a construção negociada. Nesse aspecto, ele ratifica que “a referenciação compreende um trabalho de elaboração da realidade, o que demanda uma negociação entre os participantes de uma interlocução, a fim de que essa elaboração atenda às necessidades de cada interação” (CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 119). Conforme esse pressuposto, os participantes da interação, em um trabalho de colaboração, (re)elaboram a realidade da qual fazem parte. Em

suma, a construção da realidade é uma atividade negociada pelos interactantes. O pesquisador, similarmente, chama a atenção para o fato de que esse trabalho de construção da realidade em colaboração pode se dar de forma síncrona, quando eles agem simultaneamente na construção do texto, e assíncrona, quando os sujeitos não conseguem construir o texto simultaneamente. No exemplo (5), o autor apresenta uma situação em que a categorização do objeto de discurso é negociada durante a interação estabelecida pelos interlocutores.

(5) J: isso é sujeira – oh, tem um bem ali! (2 segundos)

M: é isso?

J: bom, eu _num‘ sei

M: não, isso não parece com vesículas

(0.3 segundos)

M: parece mais com uma espinha ou algo assim

(1 segundo)

J: hum bom isso só pode ser uma coisa entre duas hum eu acho que aqueles ali microtúbulos cortados e um ângulo e então (nós não iremos) circundá-los (MONDADA; DUBOIS, 2003 *apud* CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 116).

A natureza sociocognitiva representa o quarto pressuposto da referenciação. Custódio Filho (2011) argumenta que a referenciação é resultante de um trabalho sociocognitivo e a construção dos objetos de discurso passa por processamento mental e se efetiva a partir de parâmetros sociodiscursivos previamente apreendidos, que sofrem atualizações conforme cada situação de interação. Nesse ponto, Custódio Filho (2011, p. 120) afirma que “a atividade referencial é cognitiva, pois a interação linguística só ocorre porque os sujeitos são capazes de processar os textos que produzem e compreendem”. Ele salienta, do mesmo modo, que os conhecimentos que os sujeitos têm armazenados se originam de experiências sociais, portanto, para o referido teórico, os aspectos cognitivos não podem ser desvinculados dos aspectos sociais. Além disso, segundo esse pesquisador, esses conhecimentos são passíveis de mudanças e de adaptações, conforme as experiências vão acontecendo. Esse aspecto é observado no exemplo (6).

(6) E tem aquela do sujeito que chega em casa e encontra a filha agarradinha com o namorado. Aliás, bem agarradinha. O pai então dá o maior estrilo:

– Que pouca vergonha é essa?!

E o rapaz, todo sem jeito:

– Bem, o senhor sabe, eu estou apenas mostrando a minha afeição para a sua filha.

E o pai da moça:

– É! Tô vendo que sua *afeição* é grande! Mas bota ela pra dentro da calça!...

(SARRUMOR. *Ainda mais mil piadas do Brasil*. Retirado de LIMA, 2007 *apud* CUSTÓDIO FILHO, 2011, p. 119).

Nesse exemplo, o referido autor explica que a expressão referencial “afeição” (grifos do autor) está categorizando o referente “órgão sexual masculino” (grifos do autor) e que não há, no texto, nenhuma confirmação explícita dessa relação entre a expressão e o referente, mas que é possível percebê-la muito claramente por causa da associação feita cognitivamente a partir das pistas co(n)textuais.

O último e quinto pressuposto apresentado por Custódio Filho (2011) são os fatores de estabilização. Em consonância com os estudos de Mondada e Dubois (2003), ele aponta três estabilizadores dos objetos de discurso. Apesar de considerar a referenciação como um conjunto de operações dinâmicas e sociocognitivamente motivadas, ele também faz referência à estabilidade relativa acerca do fenômeno. Conforme os seus pressupostos, são três os processos de estabilização dos referentes: os protótipos, as anáforas e as técnicas de inscrição, que exercem a função de estabilizar os objetos e de preservá-los durante os processos de referenciação. Nesse sentido, analisamos cada um desses fatores.

Os protótipos representam aqueles objetos de discurso já cristalizados na memória do sujeito, que são acionados no momento da interação, ou seja, eles residem na memória e passam a ser atualizados, levando em conta os modelos já construídos, cristalizados. Servem como âncoras para as interpretações, de acordo com Mondada e Dubois (2003).

As anáforas, além de promoverem a estabilização do objeto de discurso *ad hoc*, igualmente, exercem a função de focá-lo no texto/discurso como protótipo. Ou seja, elas retomam, focam, preservam e centram os objetos de discurso, estabilizando-os. As técnicas de inscrição são uma forma de estabilização de referentes através de textos e inscrições visuais, que promovem uma resistência às desestabilizações. Esse aspecto põe em questão o grau de subjetividade no processo dinâmico e sociocognitivo de referir. Segundo Custódio Filho (2011), esse fator restringe os interlocutores na atividade de referir, ou seja, o sujeito não elabora o objeto de discurso independentemente ou de acordo com a sua vontade individual.

Podemos observar que esses três fatores contribuem para a estabilização dos objetos de discurso nos processos de referenciação, de modo que referir o mundo é um processo dinâmico e negociado, como já dito, mas também dependente, já que a negociação passa por modelos cristalizados, ancorados e parcialmente subjetivos.

Custódio Filho (2011) levanta, além disso, dois aspectos que justificam esse pensamento. O primeiro é que: “o sujeito não cria sua realidade do nada, conforme seus desejos”, pois o objeto de discurso, diferente do objeto do mundo, “é uma construção ancorada no mundo real ordinário” (p. 123), resultante de uma elaboração do real sujeita a restrições socioculturais e do contexto que envolve a interação imediata. O segundo aspecto,

ele justifica dizendo que o componente cognitivo, que é acionado na hora de processar os referentes, “não está restrito apenas a conhecimentos individuais, imutáveis e independentes que um sujeito possa ter, mas, sim, à maneira, dinâmica, como esse conhecimento é arquivado, processado e ativado frente a pressões sociais” (p. 123). Isso justifica a conclusão do referido autor de que o objeto de discurso apresenta duas faces: uma representada pelas escolhas individuais e a outra limitada às convenções socioculturais e interacionais.

Partindo desses argumentos acerca do caráter dinâmico dos objetos de discurso e da ancoragem destes nas experiências reais, seguiremos agora com uma explicação sobre os processos referenciais estudados pela LT.

1.4 Os Processos Referenciais

Cavalcante (2012) aponta três processos de referenciação estudados pela LT: a introdução referencial, a anáfora e a dêixis, que serão abordados neste trabalho, porém, por uma questão de delimitação do tema e manutenção do foco, daremos mais atenção à anáfora, porque a sua compreensão é indispensável para o que estamos propondo aqui.

De acordo com Cavalcante (2010, p. 122), “a introdução referencial ocorre quando um ‘objeto’ até então não apresentado é introduzido no texto, sem que haja qualquer elemento do discurso em que ele esteja ‘ancorado’ anteriormente” (grifos da autora). Ou seja, ocorre esse fenômeno quando o referente é introduzido pela primeira vez, como pode ser observado no exemplo (7) apresentado pela autora.

(7) O bêbado, no ponto do ônibus, olha pra uma mulher e diz:
 - Você é feia hein?
 A mulher não diz nada. E o bêbado insiste:
 - Nossa, mas você é feia demais!
 A mulher finge que não ouve. E o bêbado torna a dizer:
 - Puxa vida! Você é muito feia!
 A mulher não se aguenta e diz:
 - E você é um bêbado!
 - É, mas amanhã eu melhora...

(Disponível: <https://www.piadas.com.br/piadas/bebados/vida-d-bebado>
apud CAVALCANTE, 2010, p.122).

No exemplo (7), a autora apresenta duas expressões referenciais: “O bêbado” e “uma mulher” sendo introduzidas pela primeira vez, não tendo elementos no cotexto em que elas

estejam ancoradas. Essa ocorrência, também, foi denominada pela teórica como introdução referencial pura.

As anáforas, conforme explica Cavalcante (2012), dizem respeito ao processo referencial de retomada dos referentes por meio de novas expressões referenciais. Ela cita dois tipos de retomadas anafóricas: as anáforas diretas ou anáforas correferenciais e as anáforas indiretas. A autora chama de anáfora direta ou correferencial o processo pelo qual um objeto de discurso retoma um referente já apresentado antes, e anáforas indiretas, quando uma expressão não retoma completamente um referente apresentado anteriormente, mas, refere-se a ele de forma indireta. Ela exemplifica as anáforas diretas ou correferenciais através do exemplo (8).

(8) Patativa do Assaré

Poeta e repentista cearense, nascido na localidade de Serra do Santana, próximo de Assaré, cego de um olho desde os 4 anos de idade, Antonio Gonçalves da Silva alfabetizou-se aos 12, quando freqüentou a escola por alguns meses, começando logo em seguida a compor versos. Iniciou-se como cantador e violeiro aos 16 anos, e três anos depois, numa viagem ao Pará, recebeu o apelido de Patativa. Com o passar dos anos, ele foi-se tornando conhecido na região, e em 1956 publicou seu primeiro livro, "Inspiração Nordestina". Mais tarde teve outras coletâneas de poemas publicadas, além de diversos folhetos de cordel. Patativa conheceu a fama em 1964, quando Luiz Gonzaga, o Rei do Baião, gravou "Triste Partida", de sua autoria. Em 1972 o cantor Fagner gravou sua música "Sina" e mais tarde tornou-se produtor de seus discos.

Fonte: (<http://cliquemusic.uol.com.br/artistas/ver/patativa-d0-assare> *apud* CAVALCANTE, 2012, p. 123).

A teórica explica que as retomadas podem ser realizadas por estruturas linguísticas diversas, com pronomes (ele, seu); novo sintagma nominal (poeta, repentista cearense, Antônio Gonçalves da Silva); repetição de um item lexical ou pronominal (Patativa, ele), que foram utilizadas para retomar um mesmo referente, por essa razão são chamadas de anáforas diretas ou correferenciais, conforme Cavalcante (2012).

Para essa autora, a ocorrência da anáfora não necessariamente exige a correferencialidade, pois é possível uma anáfora introduzir um novo referente no discurso. É o que, justamente, a autora chama de anáfora indireta. Para ela, é como se o referente já fosse conhecido, sendo resgatado através de processos sociocognitivos, como apresentado nos exemplos (9) e (10).

(9) Minha mãe achava estudo
 a coisa mais fina do mundo.
 Não é.
 A coisa mais fina do mundo é o sentimento.
 Aquele dia de noite, o pai fazendo serão,
 ela falou comigo:
 ‘Coitado, até essa hora no serviço pesado’.
 Arrumou pão e café, deixou tacho no fogo com água quente.
 Não me falou em amor.
 Essa palavra de luxo.

Fonte: (PRADO, Adélia. Disponível em: <http://www.revistaagulha.nom.br/ad.html> *apud* CAVALCANTE, 2012, p. 124).

(10) Era um feriado de ano novo, e todos no hospício estavam muito felizes. Brincando em uma piscina, que foi acabada de ser instalada. Quando chega o fim da tarde e um louco fala com o médico:
 -Adorei o dia de hoje, todos estão gostando muito da piscina né doutor?
 O médico responde:
 -É verdade.
 O louco pergunta novamente:
 -Amanhã vamos poder brincar na piscina?
 Mais uma vez o médico responde:
 - Sim, amigo, amanhã vai estar muito melhor vamos colocar água nela.

Fonte: (Disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/e8h4xmy8lnu8/1-de-janeiro-0402CC9C3664C0A12326?types=A&> *apud* CAVALCANTE, 2012, p. 124 – 125).

A autora explica que, no poema, a expressão “pai”, do exemplo (9), assim como as expressões “médico” e “água” em (10), aparecem pela primeira vez, mas são interpretadas a partir do nosso conhecimento de mundo, pois somos capazes de fazer inferências e previsões através do contexto discursivo e por meio das associações que fazemos a partir desse contexto.

Cavalcante (2012, p. 125-126) evidencia três aspectos referentes a essas anáforas: “a não vinculação da anáfora com a correferencialidade, a introdução de referente novo e o status de referente novo expresso no cotexto como conhecido”.

Outro ponto importante apontado por Cavalcante (2012) em relação às anáforas é que para ocorrer esse fenômeno não é obrigado que exista uma expressão anterior precisa e pontual localizada facilmente no cotexto. Segundo ela, o anafórico pode remeter a longos trechos que não podem ser identificados a uma “entidade”, a um referente que lhes sirva de âncora (grifos da autora), como ela apresenta no exemplo (11).

(11) Manifesto meu descontentamento com a pesquisa divulgada na revista *Época*. Os pesquisadores estabeleceram que todo desempregado é um delinquente em potencial, o que é um absurdo. Existem milhões de pessoas

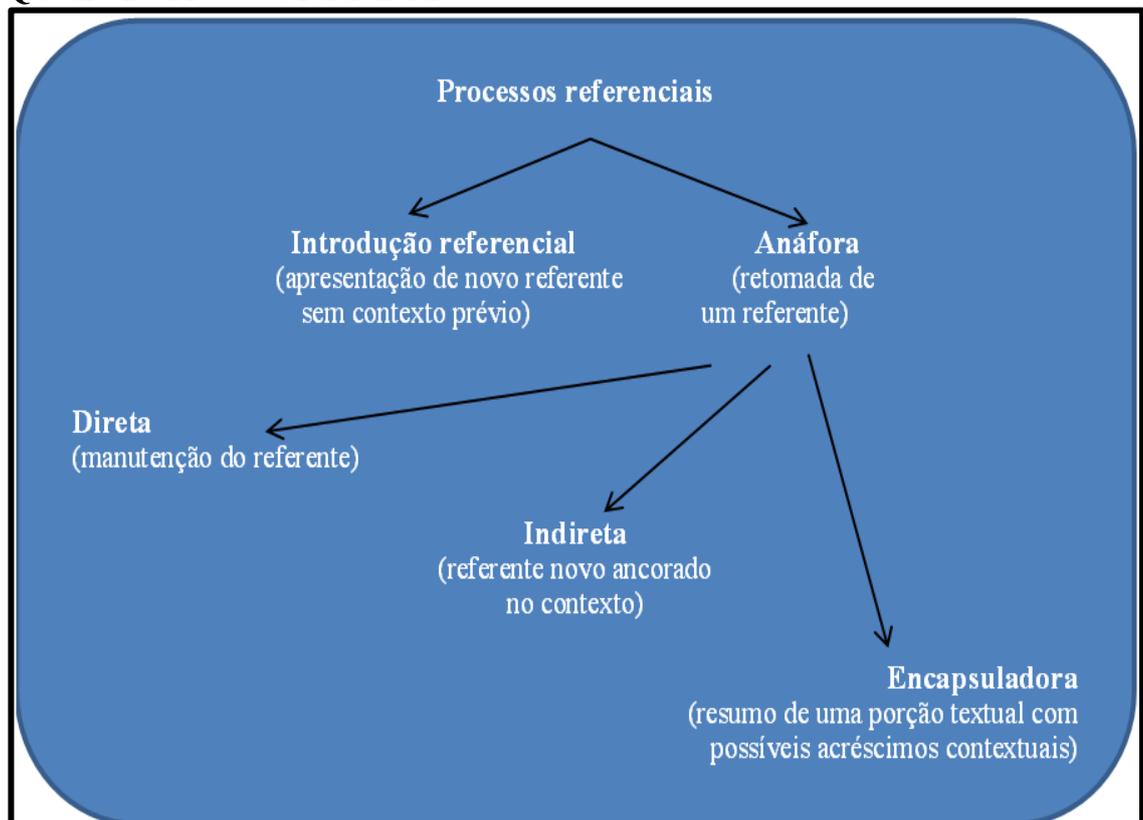
neste país atuando na economia informal que não roubam, são cidadãos com dignidade. O problema da criminalidade no Brasil é causado pela impunidade. Nossa democracia é altamente permissiva, naquele estilo: a moda é descumprir as leis, afinal não há punição mesmo. Um adolescente com 16 anos já pode votar para presidente, pode ter relações sexuais com sua namoradinha, pode matar alguém no meio da rua, mas não pode ser responsabilizado penalmente por isso.

Fonte: (ÉPOCA, 12/04/2004 *apud* CAVALCANTE, 2012, p. 126).

Nesse exemplo, a pesquisadora explica que o anafórico “naquele estilo” não faz referência a nenhum elemento específico no texto, essa expressão resume (encapsula) o termo que sucede “naquele estilo”: “a moda é descumprir as leis, afinal não há punição mesmo”. Esse aspecto foi chamado por ela de referência difusa, já que não existe uma expressão precisa em que possa se ancorar. Além do que, ela salienta que pode ocorrer o uso de pronomes demonstrativos na função de encapsular porções textuais, como ocorre com a expressão referencial “isso”, que encapsula o conteúdo: pode matar alguém no meio da rua. A essa ocorrência Cavalcante (2012) chamou de anáfora encapsuladora.

O quadro a seguir representa o resumo das estratégias de referenciação por retomadas apresentadas por essa autora:

Quadro 1 – Processos referenciais



Fonte: (CAVALCANTE, 2012, p. 127)

Cavalcante (2010) apresenta, além dos dois processos referenciais já mencionados, o fenômeno da dêixis, que conforme ela explica, as expressões referenciais dêíticas podem tanto introduzir um objeto de discurso, como podem retomá-los, da mesma forma como acontece com as introduções referenciais e as anáforas. Porém, o que o diferencia dos demais processos é o fato de as expressões dêíticas dizerem respeito “à localização e identificação de diversos aspectos (pessoas, objetos, eventos, processos) em relação a um contexto espaço temporal, criado em uma situação de enunciação em que haja pelo menos um falante e um ouvinte” (CAVALCANTE, 2010, p 127-129). Os tipos de dêixis abordados tradicionalmente, conforme a autora, são a dêixis pessoal (expressão utilizada pelo sujeito para remeter aos interlocutores), a dêixis espacial (aponta para as informações de lugar, tendo como ponto de referência o local em que ocorre a enunciação) e a dêixis temporal (localizam no tempo do enunciador determinados fatos, o ponto de referência é o “agora” da enunciação) (grifos da autora). Respectivamente, podemos observar essas ocorrências nos exemplos (12), (13) e (14).

(12) – Amanhã **eu te** encontro aqui às 10h.
- **Eu** não estou disponível! Pode ser de tarde?

Fonte: (CAVALCANTE, 2010, p. 130)

(13) **Canção do exílio**

Minha terra tem palmeiras,
Onde canta o Sabiá;
As aves, que aquí gorjeiam,
Não gorjeiam como lá.

Nosso céu tem mais estrelas,
Nossas várzeas têm mais flores,
Nossos bosques têm mais vida,
Nossa vida mais amores.

Em cismar, sozinho, à noite,
Mais prazer eu encontro lá;
Minha terra tem palmeiras,
Onde canta o Sabiá.

Minha terra tem primores,
Que tais não encontro eu cá;
Em cismar - sozinho, à noite
Mais prazer eu encontro lá;

Minha terra tem palmeiras,
Onde canta o Sabiá.
Não permita Deus que eu morra,
Sem que eu volte para lá;

Sem que disfrute os primores
Que não encontro por cá;
Sem qu'inda aviste as palmeiras,
Onde canta o Sabiá.

Fonte: (Dias, Gonçalves. <http://www.horizonte.unam.mx/brasil/gdias.html>
apud CAVALCANTE, 2010, p. 130 – 131).

(14) Ditador na cadeia

Último presidente da ditadura militar argentina (1976-1983),
Reynaldo Bignore, de 82 anos, foi condenado na semana pas-
sada a 25 anos de prisão por crimes contra a humanidade. [...]

(Fonte: Revista *Época*, 26 abr. 2010 *apud* CAVALCANTE, 2010, p. 132).

Nesses exemplos apresentados pela linguista, a interpretação em (12) requer os conhecimentos das coordenadas de pessoa (Eu – Tu) para que o enunciado seja compreendido. Em (13) a referência aos espaços *aqui* e *lá* (grifos da autora) são indispensáveis para que o leitor compreenda os dois locais que estão sendo comparados no poema. No exemplo (14), pelo fato de se tratar de um texto jornalístico, o leitor precisa saber a data a que se refere a expressão “na semana passada”, a partir da publicação da matéria, para construir a referência dêitica.

Concluída a apresentação dos processos referenciais, apresentamos no tópico seguinte uma discussão acerca do encapsulamento, nosso objeto de estudo, focando o estado da arte dos seus estudos.

1.5 O Processo de Encapsulamento: estado da arte

O encapsulamento é um dos processos referenciais do interesse da LT, que é concebido por essa área de estudo “como o resumo de uma porção textual homologado por uma expressão referencial anafórica, que pode ser tanto um sintagma nominal quanto um pronome, geralmente demonstrativo” (LIMA, 2017, p. 109). Mas, para mostrarmos como o conceito desse fenômeno textual tem sido elaborado até aqui, é imprescindível rever os estudos que tratam desse mecanismo linguístico no âmbito da LT.

Conte (2003) adotou a terminologia “encapsulamento anafórico” (grifos nossos) para nomear o fenômeno, concebendo-o como “recurso coesivo pelo qual um sintagma nominal funciona como uma paráfrase resumidora para uma porção precedente do texto” (p. 178). Ela explica, aliás, que a expressão encapsuladora pode encapsular uma porção textual de extensão e complexidade variada (um parágrafo inteiro ou apenas uma sentença). Em (15), a autora exemplifica o fenômeno ao qual denominou de encapsulamento anafórico.

(15) Hoje, todos os melhores espaços produtivos estão ainda na mão da velha estrutura do estado. Levará tempo para mudar *esta situação* (CONTE, 2003, p. 178 – grifos da autora).

No exemplo (15), Conte (2003) chama de encapsulamento anafórico a expressão em itálico “esta situação”, cuja função é resumir todo o período que a precede. Isso justifica a terminologia “encapsulamento anafórico” por ela adotada (grifos nosso). Ademais, de acordo com essa autora, o termo “encapsulamento” foi usado pela primeira vez por Sinclair em 1983; porém, esse mesmo fenômeno já havia sido conceituado antes por Halliday e Hasan (1976) como referência estendida e por Conte (1980-1981). Segundo ela, além dos estudos realizados por Halliday e Hasan (1976), Monika Krenn, em 1985, deu a sua contribuição ao observar que a função do encapsulamento em textos é semelhante à referência estendida dos demonstrativos neutros.

Como pontua Conte (2003), um ano após as pesquisas de Krenn, Francis (1986) realizou um estudo sobre o fenômeno intitulado de *Anaphoric nouns*. Nesses estudos, a pesquisadora listou vários nomes com a função encapsuladora, porém Conte (2003), discordando do pensamento de Francis (1986), observa que não há nomes intrinsecamente anafóricos, mas nomes gerais com potencial anafórico, não sendo, portanto, possível criar uma lista fechada de nomes anafóricos.

Conte (2003) faz referência, também, aos estudos desenvolvidos por Wanda d’Addio sobre esse tema nos anos de 1988 e 1990, para quem o encapsulamento anafórico é uma categorização precedente dos conteúdos do cotexto que ocorre por meio de nomes neutros ou de nomes avaliativos, definidos por Conte (2003) de nomes axiológicos. No exemplo (16), a teórica apresenta um exemplo de nomes axiológicos usados como recursos de encapsulamento.

(16) É de ontem a notícia de que um superpetroleiro afundou ao largo da costa báltica derramando a carga inteira no mar. Hoje se pergunta: *esta*

enésima catástrofe ecológica poderia ser evitada?” (CONTE, 2003, p. 181 – grifos da autora).

No exemplo (16), a expressão referencial “esta enésima catástrofe ecológica” encapsula todo o período anterior atribuindo a ele um juízo de valor, o que Conte (2003) chamou de axiológico.

Nesse mesmo trabalho, Conte (2003) elenca a função de integração semântica do encapsulamento anafórico. Conforme a autora, a nova expressão referencial que se erige motivada pelo discurso precedente funciona retroativamente como um recurso de integração semântica, o que seria a um princípio organizador da estrutura discursiva, como podemos acompanhar em (17).

(17) O miniteste de ontem parece dizer que a maioria dos italianos continua a votar dentro do perímetro do centro-direito do Pólo da liberdade: mas dentro desse perímetro redistribuem-se os próprios consensos, não esquecendo nem mesmo a Aliança, que parece ter começado a bloquear uma perigosa erosão . Cuidadosamente, sim. Mas, acrescentamos, nem tanto. Porque, *esta tendência* era em boa medida colhida daquelas mesmas estratégias berlusconianas de avaliação (CONTE, 2003, p. 185 – grifos da autora).

Em (17), a pesquisadora explica que a expressão encapsuladora “esta tendência” aparece em um ponto nodal do texto, funcionando como recurso de organização da estrutura textual, ao ponto que, ao mesmo tempo em que interpreta o parágrafo precedente, serve como ponto de partida para o próximo.

Essa linguista, além disso, acrescenta que o encapsulamento anafórico pode ser usado como unidade pragmático-discursiva, já que admite que esse fenômeno possa resultar na categorização e na hipostasiação de atos de fala. No exemplo (18), podemos observar o que a autora chamou de encapsulamento de atos de fala.

(18) A Liga será sempre para as pessoas que lutam contra a classe governamental – *esta promessa* de Dasi provocou uma aclamação na praça (CONTE, 2003, p. 187 – grifos da autora).

No exemplo (18), a expressão referencial “esta promessa” encapsula não um termo que precede ou sucede o enunciado, mas um ato de fala, no caso a promessa feita pela presidenta Dasi. Esse aspecto permite ao produtor do enunciado atribuir a ele uma força ilocucionária, o que comprova um caso de encapsulamento de ato de fala, como postulado por Conte (2003).

Além desses estudos apresentados por Conte (2003) acerca do fenômeno do encapsulamento, é importante ressaltarmos as pesquisas desenvolvidas por Francis (2003). Em suas investigações, essa autora apresenta o mesmo fenômeno estudado por Conte (2003) com a alcunha de rotulação e o define como um recurso coesivo, cuja principal característica é a exigência de realização lexical em seu contexto. A contribuição dessa autora em relação aos estudos desenvolvidos por Conte (2003) é que ela atribuiu ao encapsulamento uma outra função além da retrospectiva. Para esta, o rótulo tanto pode funcionar cataforicamente quanto anaforicamente, ou seja, o rótulo tanto pode empacotar um termo precedente quanto um termo procedente, o que ela designou de rótulos prospectivos (aqueles que sucedem a sua lexicalização) e rótulos retrospectivos (aqueles que precedem a lexicalização), como apresentados por Conte (2003). A autora exemplifica a ocorrência de rótulo prospectivo e retrospectivo por meio dos exemplos (19) e (20), respectivamente:

(19) Eu sei que aproximadamente 12 por cento da população é canhota. Por que, então, deve existir uma predominância tão grande de jogadores de golfe destros que, eu me informei, se estende também aos tacos? Em resposta a esta indagação, um colega meu, jogador de golfe, apresentou *duas razões*. A primeira foi que os iniciantes normalmente começam com tacos que foram herdados de outras pessoas, que são, em geral, destras. A segunda foi que, por motivos técnicos, as pessoas canhotas tornam-se bons jogadores de golfe com a mão direita.

Fonte: (FRANCIS, 2003, p. 192-193 – grifos da autora).

Nesse exemplo, de acordo com Francis (2003), temos um modelo de rótulo prospectivo. Porém, podemos observar a presença dos dois tipos de rótulos no exemplo utilizado pela autora. Em “esta indagação” (grifos nossos), percebemos a ocorrência de um rótulo retrospectivo, que não foi mencionado pela autora, e um prospectivo em *duas razões* (grifos nossos). Como determinado por ela. Francis (2003) ainda reitera que a expressão *duas razões* (grifos nossos) permite ao leitor prever a informação que virá. Esse aspecto, para ela, é que atribui ao rótulo a função de conectar e organizar o discurso escrito. Isso corrobora o pensamento de Conte (2003) ao falar da função de integração semântica do encapsulamento anafórico.

Em relação aos rótulos retrospectivos, a autora se manifesta afirmando que a função desses rótulos é encapsular ou empacotar uma extensão do discurso e apresenta o seguinte exemplo para esclarecer esse tipo de ocorrência:

(20) O sistema imunológico dos pacientes reconheceu os anticorpos do rato e os rejeitou. Isso significa que eles não permanecem no sistema por tempo suficiente para se tornarem completamente eficazes. A segunda geração de anticorpos agora em desenvolvimento é uma tentativa de contornar *este*

problema através da “humanização” dos anticorpos do rato, usando uma técnica desenvolvida por [...]

Fonte: (FRANCIS, [1994], 2003, p. 195 – grifos da autora).

Conforme a pesquisadora, em *este problema* (grifos da autora) ocorre um rótulo retrospectivo precedido por uma lexicalização, que sugere ao leitor interpretar a rejeição aos anticorpos do rato como um problema. Em suas palavras:

Quando um rótulo prospectivo é usado, a motivação para seu uso não tem sido ainda fornecida e daí sua lexicalização única nas orações que substitui pode ser predita: sua função é dizer ao leitor o que esperar. O uso de um rótulo retrospectivo, por outro lado, exige uma explanação diferente, já que ele já foi lexicalizado (FRANCIS, 2003, p. 195).

Em outros termos, a função de um rótulo prospectivo é fazer o leitor prever a informação que se segue, como observado no exemplo (20), enquanto a do rótulo retrospectivo é a de “encapsular ou empacotar uma extensão do discurso” (p. 195). Portanto, podemos observar, através dos estudos realizados por Francis (2003), que entre as contribuições da autora está o fato de ela estabelecer que os rótulos podem exercer tanto função anafórica quanto catafórica.

Outro importante estudo acerca do processo referencial do encapsulamento que merece destaque foi o desenvolvido por Cavalcante (2003), em que essa autora reúne as terminologias “encapsulamento anafórico” e “rótulo” (grifos nossos), adotadas por Conte (2003) e Francis (2003), respectivamente, e opta pelo termo *encapsulamentos* (grifos nossos). Para ela, “encapsular consiste em resumir proposições do discurso empacotando-as numa expressão referencial, que pode ser um sintagma nominal – o qual tem recebido a denominação de “rótulo” Francis (1994) –, ou pode ser um pronome, geralmente demonstrativo” (CAVALCANTE, 2003, p. 115). Em nosso trabalho, assim como essa estudiosa, vamos optar por essa terminologia, pois acreditamos que ela, nos estudos atuais acerca dos processos referenciais, é a que mais se enquadra na questão que vem sendo discutida nesta pesquisa.

Ao que observamos através dos estudos apresentados até aqui, podemos concluir que todas as investigações relacionadas ao encapsulamento até o presente momento estão atreladas aos textos verbais. Porém, é necessário refletir sobre esse fenômeno e estender o seu alcance aos textos verbo-imagéticos, uma vez que ele pode ser observado, também, nesses textos, no momento em que a expressão encapsuladora resumir uma imagem ao invés de uma

porção textual verbal. Reconhecemos, ainda, a possibilidade de ocorrer variações no fenômeno e a expressão encapsuladora, ao mesmo tempo, recuperar uma porção verbal em integração com uma imagética.

Após essas reflexões, é importante compreendermos de que forma pode ocorrer o que afirmamos acerca da possibilidade de o encapsulamento poder empacotar porções imagéticas ou verbo-imagéticas. Para isso, passaremos agora às considerações sobre o encapsulamento imagético, apoiados na hipótese de Lima (2017), assumida neste trabalho.

1.6 O Encapsulamento Imagético

Para iniciarmos a nossa discussão sobre o encapsulamento imagético, é importante termos o conhecimento de que a LT tem direcionado um olhar mais aguçado aos textos multimodais ultimamente. Esse fato foi o que nos motivou a pensar em ampliarmos o campo de investigação dessa área, no que se refere ao processo de encapsulamento, para darmos conta de analisar esse fenômeno textual nos textos que compõem o *corpus* do nosso trabalho.

Conforme Lima (2017), até onde se sabe, a LT vem pensando o encapsulamento como um fenômeno aplicado apenas ao universo dos textos verbais. Mas, conforme a referida autora, esse fenômeno pode se estender, também, aos textos verbo-imagéticos, “desde que assumamos o pressuposto de que a porção textual encapsulada não necessariamente precisa pertencer ao modo verbal” (LIMA, 2017, p. 11). Baseados nessa hipótese, podemos assegurar que o encapsulamento pode se dar tanto em textos verbais quanto em não verbais.

Apoiamo-nos, dessa forma, na hipótese de Lima (2017) de que uma expressão encapsuladora pode resumir uma porção textual imagética, e não apenas uma porção textual verbal. O que nos leva a compreender que o papel do encapsulamento na construção de textos verbo-imagéticos é igual ao dos textos verbais, confirmando o fato de que existem situações em que a expressão referencial encapsuladora não encapsula os elementos linguísticos, mas os não linguísticos ou a comunhão entre os dois.

A referida pesquisadora comprova o seu pensamento utilizando como exemplo dois cartazes de campanhas socioeducativas. O primeiro diz respeito a uma campanha de prevenção da AIDS durante o Carnaval, promovida pelo Ministério da Saúde do Brasil em 2012, e o segundo tem como temática uma campanha de trânsito. Nesses cartazes, ela descreve a ocorrência de encapsulamentos imagéticos.

Figura 1 – Cartaz (1) Campanha socioeducativa contra a AIDS



Fonte: (Disponível em: <[No cartaz da figura \(1\), a autora identifica duas ocorrências da expressão referencial “isso” \(grifo nosso\) nos enunciados “isso rola muito” e “esperar por isso não rola” sendo empregadas na função de encapsulamento. No entanto, a porção textual encapsulada pelas expressões em destaque, encontra-se no modo imagético e não no modo verbal, o que podemos observar no próximo exemplo apresentado por Lima \(2017\).](https://www.google.com.br/search?q=cartazes+campanhas+d e+sa%>https://www.google.com.br/search?q=cartazes+campanhas+d e+sa%> apud LIMA, 2017, p. 111).</p>
</div>
<div data-bbox=)

Figura 2 – Cartaz (2) Campanha socioeducativa sobre acidentes de trânsito



Fonte: (Disponível em: <

No caso do cartaz da figura (2), Lima (2017) identifica a expressão encapsuladora *(d)esta cena* (grifos da autora) com a mesma função de encapsulamento imagético da expressão encapsuladora *isso* (grifos da autora) do exemplo anterior, uma vez que ambas as expressões resumem uma porção imagética. No entanto, a autora chama a atenção para outra ocorrência no exemplo do cartaz (2) que precisa ser considerada, o fato de que a porção verbal *6.121 vítimas de acidente de trânsito* (grifos da autora) também compõe o cenário que está sendo resumido pela expressão encapsuladora *desta cena* (grifos da autora). Nesse ínterim, Lima (2017) identifica que essa categoria tanto pode envolver somente a imagem, como ocorrido no cartaz (1), ou a imagem em conjunto com um enunciado verbal, conforme identificado no cartaz (2). Isso nos leva a ratificar que, ao contrário do que ocorre nos exemplos propostos por Conte (2003) e Francis (2003), nos exemplares mostrados por Lima (2017) ocorrem casos de encapsulamento imagético, enquanto que nos casos apontados por aquelas autoras o fenômeno é tratado como exclusivamente verbal.

Diante desse contexto ora apresentado pela pesquisadora, ela aponta a necessidade de ampliação do universo de investigação da categoria do encapsulamento imagético, mesmo já tendo sido dados os primeiros passos nessa direção. Além disso, ela ainda afirma que, no gênero cartaz publicitário de campanha socioeducativa, o encapsulamento imagético parece ter uma maior força argumentativa na construção dos propósitos comunicativos desse gênero, pois a cena imagética encapsulada tem a função de aproximar ou impactar os interlocutores, para persuadi-los a aderir às campanhas, aspecto com o qual corroboramos em nossa pesquisa.

Dessa forma, assumimos a hipótese apresentada por Lima (2017) de que o encapsulamento não é um fenômeno textual que ocorre apenas na modalidade verbal, mas que a sua ocorrência em textos verbo-imagéticos é comum. É nesse pensamento que reside a nossa atenção e é ele que norteará os próximos passos que daremos nesta pesquisa em direção à proposta de que o encapsulamento imagético é uma ferramenta eficaz na construção da argumentação.

1.7 As Funções Discursivas dos Encapsuladores e a Metadiscursividade

Dedicamo-nos neste tópico à abordagem das funções discursivas desempenhadas pelo encapsulamento apontadas por estudiosos como Cavalcante e Brito (2013) e Ciulla (2008). Chegamos à compreensão de que essas funções são de grande relevância para esta pesquisa, pois através desse conhecimento podemos vislumbrar de forma mais nítida a intrínseca

relação existente entre a argumentação e os processos referenciais, mais especificamente o do encapsulamento, que é o caso deste estudo. Mesmo não fazendo parte das nossas análises, essa discussão é relevante, pois acreditamos que os mesmos fenômenos recorrentes no encapsulamento verbal, podem acontecer no encapsulamento imagético. Essa hipótese justifica a necessidade dessa discussão.

Ao adotarmos a concepção de linguagem como forma de interação, admitimos que a construção dos sentidos do texto ocorre em situação comunicativa e que os elementos que compõem o discurso atuam decisivamente para a comunicação dos propósitos do seu produtor durante o processo de elaboração de um texto. Com isso, partimos do pressuposto de que o produtor do texto escolhe os elementos linguísticos que irão compor a sua produção com o propósito de guiar a interpretação do seu interlocutor, de acordo com as suas intenções e pretensões, revelando, assim, o seu ponto de vista. Por esse motivo, acreditamos que a função metadiscursiva¹ dos encapsuladores atua na divulgação dos propósitos comunicativos do produtor e serve como instrumento condutor de argumentatividade.

Por esse aspecto, partimos da ideia de que o produtor faz as suas escolhas linguísticas, verbais ou imagéticas, com o intuito de guiar e orientar o leitor quanto ao entendimento e à interpretação a que deseja que o interlocutor chegue. É nesse intervalo que o papel do metadiscorso entra, envolvendo a estrutura que compõe o texto e permitindo que pontos de vista sejam revelados. Nesse sentido, acreditamos que o encapsulamento imagético, assim como o verbal, cumpre uma função metadiscursiva, já que o produtor ao elaborar seu texto, concentra-se na própria linguagem para produzir os efeitos de sentido que tenciona.

Sabemos, através de várias pesquisas realizadas no vasto universo da referenciação, que muitas são as funções sociodiscursivas desenvolvidas pelos processos referenciais e que, conforme Ciulla (2008), essas funções não são desempenhadas de forma exclusiva por um dos processos referenciais ou por uma forma de manifestação em especial, mas envolve vários processos. Porém, por uma questão de manutenção do nosso foco de estudos nesta pesquisa, vamos nos centrar apenas naquelas funções que são mais comuns ao processo de encapsulamento, mesmo tendo conhecimento de que elas são heterogêneas, como já foi explicado por Ciulla (2008) em suas análises.

Francis (2003) identifica três funções desempenhadas pelo encapsulamento, termo escolhido por nós neste estudo, que são a de organização, predição e avaliação. A autora justifica seu pensamento afirmando que, ao mesmo tempo em que um trecho do texto é

¹ Função metadiscursiva: refere-se à função metalinguística, conforme apresentam Cavalcante e Brito (2013), baseadas em Francis (1986).

encapsulado, ele é organizado e, frequentemente é lhe acrescido uma avaliação e que quando o encapsulamento é prospectivo, ajuda na previsão de informações. Em nossos estudos, assumimos a ideia de que o juízo de valor se dá mesmo que não haja um elemento linguístico que o identifique.

Cavalcante e Brito (2013), em análise aos estudos desenvolvidos por Francis (2003) e outros pesquisadores, apresentam algumas funções desempenhadas pelos rótulos. Dentre essas funções, elas apresentam aquelas que são comuns a todos os rótulos ou encapsulamentos, como a coesiva, a resumitiva e a argumentativa, pois segundo elas esse processo referencial ajuda a organizar os argumentos na arquitetura textual. Além dessas funções, outra apresentada por Cavalcante e Brito (2013) é a de articular os segmentos tópicos do texto, viabilizando, conforme elas, a coesão referencial e contribuindo significativamente para a reafirmação de pontos de vista. A função de articulação tópica, para Cavalcante e Brito (2013) é, portanto, um importante recurso para a introdução, mudança ou desvio de tópico, assim como também para fazer a ligação entre tópicos e subtópicos. Nesse mesmo trabalho, essas autoras sugerem que seja feita a distinção entre as funções argumentativa e a explicitamente avaliativa e destaca a função remissiva dos rótulos retrospectivos e o caráter preditivo e organizador dos rótulos prospectivos, apontados por Francis (2003) e já mencionados por nós anteriormente. Dessa forma, as pesquisadoras nomeiam quatro funções comuns a todos os encapsulamentos, que são: resumitiva, coesiva, argumentativa e remissiva (prospectiva ou retrospectiva), sendo que a que prevalece como traço definidor é a resumitiva.

Além dessas funções gerais, Cavalcante e Brito (2013) também fazem referência àquelas funções específicas dos encapsulamentos, como a de avaliação explícita, a enumerativa, a de sumarização generalizadora, que prepara a introdução de novos argumentos e a metaenunciativa. Em suma, de acordo com o pensamento de Cavalcante e Brito (2013, p. 6), os encapsulamentos desempenham função metadiscursiva “porque revelam a postura do enunciador de olhar, reflexivamente, para o próprio discurso”. As autoras chamam a atenção para o fato de que as funções desempenhadas pelos encapsulamentos é um leque sempre aberto e que, muitas vezes, está relacionado ao gênero, mas que algumas regularidades devem ser descritas.

Zavam (2003), em seus estudos, destaca que as anáforas encapsuladoras revelam-se muito produtivas em textos cuja função seja a manifestação do ponto de vista. Por acreditar que não há nomes *a priori* axiológicos, mas nomes que ganham essa conotação por causa do contexto em que estão sendo usados. Essa pesquisadora se baseia na concepção sociointeracionista da linguagem e defende a hipótese de que as expressões anafóricas

encapsuladoras carregam uma carga axiológica, ideia a qual defendemos nesta pesquisa, já que acreditamos no valor argumentativo do encapsulamento.

Feitas essas considerações acerca das funções discursivas do processo referencial do encapsulamento, observamos que elas são extremamente importantes para a análise do gênero cartaz de campanha socioeducativa, uma vez que permitem ao produtor do texto não só construir uma rede de relações sobre o tema em questão, mas sumarizar uma porção discursiva, interpretando-a. Por essa razão, o encapsulamento, além de possibilitar ao produtor organizar de forma mais coerente o texto, orienta o leitor a uma determinada interpretação e a acompanhar o percurso argumentativo proposto pelo produtor. Esse tema será abordado no próximo capítulo deste trabalho, que abordará o Tratado da Argumentação a partir dos pressupostos de Perelman e Tyteca (2005).

2 ARGUMENTAÇÃO

Neste capítulo, discorreremos sobre a temática da argumentação, fazendo um apanhado acerca da retórica clássica nos moldes aristotélicos. Essa introdução se justifica pela necessidade de conhecermos, primeiramente, o estado da arte desses estudos para chegarmos à compreensão do que vem sendo desenvolvido, atualmente, a respeito deles. Particularmente, tomamos como apoio os construtos de Perelman e Tyteca (2005).

Nos estudos desenvolvidos por esses autores, eles estabelecem como pressupostos da Nova Retórica que a argumentação se desenvolve a partir de técnicas argumentativas. Essas técnicas se dividem em quatro grupos, a saber: os argumentos quase-lógicos; os argumentos baseados na estrutura do real; os argumentos que fundamentam a estrutura do real e a dissociação das noções, sendo que cada uma dessas técnicas é composta por diversos tipos de argumentos. Partindo desse entendimento, esse pressuposto nos servirá de base, pois adotamos a perspectiva desses linguistas de que a argumentação está presente em todos os níveis de linguagem.

Apesar de existirem diversas teorias voltadas para os estudos da argumentação, nesta pesquisa tomaremos como suporte as técnicas argumentativas da Nova Retórica, pois acreditamos que elas dão conta de cumprir com o que propomos em nossos objetivos, ou seja, elas se aplicam ao gênero escolhido como *corpus* do nosso trabalho.

É sabido que, no âmbito da LT, a argumentação vem ganhando espaço de destaque, porém, é perceptível que os estudos relacionados a esse fenômeno, muitas vezes, pautam-se por teorias divergentes, como postula Cavalcante (2016). De acordo com a autora, é uma tarefa árdua definir-se por um posicionamento teórico e metodológico para análise de aspectos argumentativos no âmbito da LT. Segundo ela, a LT não intenciona teorizar sobre a argumentação, mas a considera um pressuposto fulcral, que serve de motivação para se analisar as diversas estratégias de organização textual e, em nosso caso, a função do encapsulamento imagético em textos-verbo imagéticos. Admitindo essa característica, passemos à discussão da teoria da argumentação eleita para este estudo.

2.1 Retórica: do clássico ao novo

Neste primeiro tópico apresentamos, resumidamente, o percurso histórico dos estudos da argumentação desde a retórica aristotélica até a Nova Retórica, que foi o paradigma escolhido como norteador desta pesquisa. Justificamos iniciar este tópico com

uma abordagem da Retórica Clássica pelo fato de que, na atualidade, a Nova Retórica é considerada uma releitura do paradigma clássico, portanto, é necessário compreendermos a fonte para chegarmos ao que está sendo desenvolvido atualmente pelas pesquisas que envolvem a argumentação em LT. Por isso, antes de adentrarmos no campo dos estudos contemporâneos, é de fundamental importância apresentarmos, também, os fundamentos retóricos que serviram de base aos construtos atuais.

2.1.1 A Retórica clássica

Para compreendermos os primeiros estudos acerca da argumentação, devemos entender o que diferencia o paradigma clássico do novo. Nos estudos desenvolvidos por Grácio e Mosca (2016), eles apontam que na Retórica Clássica a argumentação era pautada numa concepção racionalista e absolutista, enquanto na Nova Retórica ela é livre e tecida no espaço entre o necessário e o arbitrário, faz rejeição a qualquer tipo de absolutismo e também à dicotomia entre verdade e opiniões. Eles justificam esse posicionamento através da tese defendida por Perelman e Tyteca (2005) de que o pensamento humano não é uma fonte de revelação de verdades irrefutáveis.

A argumentação é considerada uma das ações humanas que busca a adesão do outro a um comportamento ou a uma opinião. Ela é semiotizada pela linguagem e acontece em situação de interação social, como postula Santos (2005). Essa estudiosa afirma que desde que o homem começou a usar intencionalmente e intersubjetivamente instrumentos semióticos para interagir com o outro, ele atribuiu à linguagem um caráter argumentativo.

Porém, ela afirma em seu trabalho que a sistematização dos estudos acerca da argumentação só se deu na Grécia Antiga e ficaram conhecidos como Retórica. A partir de então a Retórica passou a ser objeto de estudo dos filósofos e lógicos e as primeiras investigações sobre a argumentação estão vinculadas a esses estudos. A Retórica então foi definida como “a capacidade de ver teoricamente o que, em cada caso pode ser capaz de gerar a persuasão” (SANTOS, 2005, p. 18).

Santos (2005) embasa os seus argumentos em Aristóteles, para quem o objetivo da persuasão é provar a veracidade do discurso através de três elementos: *ethos*, *phatos* e *logos*, que são as figuras que compõem o universo da argumentação retórica. Na visão de Fiorin (2018), o *ethos* é a imagem que o enunciador constrói de si mesmo ao produzir o seu discurso, em suas palavras: “O enunciador, ao construir seu discurso, edifica também uma imagem de si. É essa imagem que será chamada *ethos* do enunciador” (FIORIN, 2018, p.

70). Além do mais, acrescenta ele que “o *ethos* é uma imagem do autor, não é o autor real; é um autor discursivo, um autor implícito” e este não se explica no enunciado, mas na própria enunciação. Em seus estudos, o autor, também, faz referência ao pensamento aristotélico de que o *ethos* é o responsável pela persuasão.

Ao referir-se ao *pathos*, Fiorin (2018) manifesta-se afirmando que:

O orador, portanto, para construir seu discurso, precisa conhecer seu auditório. Mas conhecer o quê? O *pathos* ou o estado de espírito do auditório. O *pathos* a é disposição do sujeito para ser isto ou aquilo. Por conseguinte, o bem argumentar implica conhecer o que move ou comove o auditório a que o orador se destina (FIORIN, 2018, p. 73).

Assim sendo, ele argumenta que o *pathos* é a imagem que o enunciador tem do auditório, que faz parte do sujeito da enunciação e ajuda a produzir o discurso, pois determina as escolhas linguísticas do enunciador. Acrescenta Santos (2005, p. 86) que é através do *pathos* que se estabelece um vínculo intersubjetivo entre orador e audiência, o que determinará a força de persuasão dos argumentos.

Para a estudiosa em questão, o *logos* são os “componentes lógicos que constituem um determinado raciocínio no discurso, e que vão interferir na aceitação por parte da audiência das verdades, ou provas anunciadas e enunciadas sobre o mundo” (p. 86).

Nesse modelo clássico estudado por Santos (2005), são destacados dois aspectos mais importantes que o conteúdo: a intenção persuasiva do orador e a organização da estrutura do discurso. O primeiro aspecto são as estratégias discursivas de convencimento utilizadas pelo orador e o segundo corresponde à infraestrutura textual da argumentação. De acordo com a autora, esses dois aspectos são os responsáveis pelos dois modos de raciocínio: por demonstração analítica e por argumentação dialética. Sendo que, pela demonstração, a razão se pauta em evidências e verdades, parte de premissas necessárias e incontestáveis e a sua natureza é analítica, conduzindo o pensamento a conclusões verdadeiras. Pela argumentação, a razão é pautada no verossímil, parte de premissas prováveis e a sua natureza é dialética. Para Santos (2005) as provas evidentes geram certezas, enquanto as prováveis geram opiniões.

Esse é um dos aspectos herdados da Retórica Clássica pelos estudos da Nova Retórica, que é a importância dada à estrutura e ao planejamento do discurso argumentativo, conhecido de *taxis* pela Retórica Clássica (grifos do autor). Segundo ela, a *taxi* é o plano de organização do discurso, que pode ser alterado para atender à demanda comunicativa. Em síntese, Santos (2005, p. 92) diz que, inicialmente, a argumentação foi “concebida como um procedimento

racional de inferência lógica entre uma ou mais premissas com uma conclusão” e analisada sob os enfoques normativo e descritivo. Dessa forma, os normativistas se baseavam na lógica para examinar os critérios que geravam o raciocínio para uma argumentação bem produzida. Já os relativistas, inspirados na psicologia social e na análise da conversação e do discurso, preocupavam-se com o contexto em que a argumentação era produzida, através da descrição de aspectos discursivos que visam ao convencimento e à persuasão dos interlocutores, aspecto, esse, retomado pela Nova Retórica.

Com isso, finalizamos a explanação sobre a Retórica Clássica na certeza de que essa discussão é necessária para entendermos de que forma os estudos retóricos contribuíram, alicerçando os pressupostos que hoje são defendidos pela teoria da argumentação no discurso. Agora, voltamos nossas atenções à compreensão da Nova Retórica.

2.1.2 A Nova retórica

Atualmente, a Nova Retórica é uma das teorias que compõem o vasto campo de estudos sobre a argumentação, sendo desenvolvida por Chaïm Perelman, que recuperou e ampliou a Retórica Clássica aristotélica e, em colaboração com Lucie Olbrechts-Tyteca, publicou o Tratado da Argumentação, em 1958. Os estudos perelmanianos opõem-se à ideia de razão aristotélica, alicerçam-se em uma base sociodiscursiva e situam a argumentação no âmbito da racionalidade negociada. Perelman e Tyteca (2005) não veem a linguagem apenas como meio de comunicação, mas como um instrumento que age sobre o outro, ou seja, ela representa uma forma de convencer o outro a aderir a uma tese. Esse pensamento foi o que direcionou o nosso olhar para o estudo das técnicas argumentativas e motivou o nosso interesse em investigar de que forma elas interferem na argumentação dos textos verbo-imagéticos do gênero cartaz de campanhas socioeducativas, através do processo referencial do encapsulamento.

Acreditamos na tese de que as escolhas lexicais do enunciador têm propósitos argumentativos, pois, ao elaborar um discurso, o orador constrói o seu texto a partir das suas intenções, que são efetivadas no processo de interação e para isso ele necessita de técnica, como apontam Perelman e Tyteca (2005). Corroboramos o pensamento dos autores, ao considerarem como indispensável à argumentação a existência de uma linguagem comum e de uma técnica que possibilite a comunicação. Isso nos confirma que, a partir do momento em que fazemos as escolhas lexicais que constituirão o nosso discurso, comprovamos que a linguagem é essencialmente argumentativa, pois nossas escolhas são feitas sempre com uma

intenção, por isso, argumentar exige conhecimento técnico. Nesse sentido, é que vislumbramos o potencial argumentativo do gênero cartaz de campanha socioeducativa, o que pode ser explicado através das técnicas argumentativas desenvolvidas pelos estudiosos da Nova Retórica, mas antes de nos debruçarmos no estudo das técnicas argumentativas perelmanianas, faz-se necessário entendermos um conceito básico em sua teoria, o de auditório.

Nos estudos desenvolvidos por Perelman e Tyteca (2005), o foco de atenção é o auditório, que para eles representa o alvo do enunciador. Em outros termos, é quem o enunciador quer convencer através dos seus argumentos e que, no pensamento dos estudiosos, não pode ficar descuidado. Tomando como base esse princípio, é de fundamental importância a compreensão de auditório para este trabalho, pois ele representa um dos pontos altos no gênero que escolhemos para investigar, principalmente, porque no caso de textos impressos, o vínculo entre autor e auditório se dá à distância.

A importância dada ao auditório pela Nova Retórica é justificada pelo fato de que, para Perelman e Tyteca (2005), o conhecimento do auditório por parte do seu orador é uma condição prévia para uma argumentação eficaz. Para estes, querer convencer alguém implica modéstia da parte de quem argumenta, porque o que se diz não é indiscutível, por isso o orador deve pensar nos argumentos que serão utilizados, pois eles podem influenciar o auditório, portanto devem ser motivo de preocupação deste. Nas palavras dos estudiosos: “para argumentar, é preciso ter apreço pela adesão do interlocutor, pelo seu consentimento, pela sua participação mental” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 19). Esse aspecto é um dos pontos que separa a Retórica Clássica da Nova Retórica, pois aquela direcionava a sua atenção ao *ethos*, enquanto esta mantém seus esforços no estudo do *logos*. Essa preocupação se dá devido ao fato de que, conforme os referidos autores, “para que uma argumentação se desenvolva, é preciso, de fato, que aqueles a quem ela se destina lhe prestem alguma atenção” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 21). Eles asseguram que a preocupação das formas de publicidade é justamente prender o interesse do seu público. É dessa forma, como afirmaram os pesquisadores, que a argumentação se desenvolve. Esse fato é de extrema importância para o desenvolvimento desta pesquisa, já que procuramos trabalhar com um gênero que visa à persuasão e acreditamos que as técnicas argumentativas defendidas por Perelman e Tyteca (2005) estão presentes nos cartazes de campanhas socioeducativas que estamos investigando.

Para a Nova Retórica, o contato entre o orador e seu auditório não é apenas uma condição para a argumentação acontecer, mas é fundamental para o seu desenvolvimento, pois o orador tem que se adaptar ao auditório, que é quem o constrói e determina a qualidade

da argumentação. Portanto, na construção de um texto é sempre levado em conta o auditório que se quer persuadir, por isso se explica o valor retórico que ele representa como construtor do orador. Tendo em vista a grande importância do auditório em Perelman e Tyteca (2005), torna-se indispensável conhecermos a forma como os autores o classificam, que para esta pesquisa o mais relevante é o conceito de auditório universal, já que estamos trabalhando com um gênero que visa à adesão de um público diverso. Por isso, voltamos a nossa atenção apenas para esse conceito, pois acreditamos que dentro dele estão vinculados os demais tipos de auditórios, o que justifica a sua indeterminação. Por isso, ocorre a variação de auditórios, que são considerados encarnações do auditório universal pelos estudiosos.

2.2 A Formação dos Auditórios em Perelman

Como já foi explanado, o orador deve adaptar-se ao auditório para condicioná-lo por meio de argumentos, mas, para Perelman e Tyteca (2005), a variedade de auditórios é quase infinita, o que justifica a natureza heterogênea destes. Considerando essa heterogeneidade, não seria possível, portanto, convencer de forma unânime todos os seres humanos devido a essa natureza heterogênea. Por isso, nos estudos desenvolvidos pelos autores do Tratado da Argumentação, embora eles admitam a existência desse número quase infinito de auditórios, eles classificaram três espécies de auditórios:

O primeiro, constituído pela humanidade inteira, ou pelo menos por todos os homens adultos e normais, que chamaremos de auditório *universal*; o segundo formado, no diálogo, unicamente pelo *interlocutor* a quem se dirige; o terceiro, enfim, constituído pelo *próprio sujeito*, quando ele delibera ou figura as razões de seus atos (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 33-34).

Para a compreensão dessa classificação e, especificamente, o entendimento do conceito de auditório universal é necessário antes observarmos a distinção que os autores fazem entre a persuasão e a convicção:

Propomo-nos a chamar *persuasiva* a uma argumentação que pretende valer só para um auditório particular e chamar *convicente* àquela que deveria obter a adesão de todo ser racional. O matiz é bastante delicado e depende, essencialmente, da ideia que o orador faz da encarnação da razão (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 31).

Essa distinção é fundamental para este trabalho, porque o gênero cartaz de campanha socioeducativa é elaborado para atingir toda a comunidade. Portanto, a argumentação nesse gênero é construída de forma convincente, já que visa ao convencimento do público em geral.

Os pesquisadores citados acrescentam que essa classificação é imprecisa e incerta, assim como a fronteira que distingue os diversos tipos de auditórios, também, compartilha dessa imprecisão, pois o conceito de auditório universal é largamente abrangente e teórico, mas fulcral para a Nova Retórica e para a nossa pesquisa. Dessa forma, é importante discutirmos acerca desse conceito.

Postulam os autores do Tratado da Argumentação que o auditório universal é formado por um número vasto e heterogêneo de participantes que requerem a capacidade de bem argumentar de uma única vez do orador. Eles acrescentam que uma característica marcante desse auditório é a função reguladora que ele desempenha no decorrer da argumentação. Além dessa característica elementar, os referidos autores consideram o auditório universal ideal por ser formado por todos os seres dotados de razão, mesmo não sendo uma entidade objetiva. Ainda, segundo eles, o orador aqui pode construir vários auditórios universais, que podem sofrer alterações, pois, à medida que os integrantes do auditório recebem as informações do orador, eles agem sobre este, provocando-lhe reações que poderão alterar o desenrolar da argumentação. No pensamento deles, o orador busca em seu auditório características que podem ser compartilhadas e um acordo prévio baseado no que existe de comum entre eles, mesmo a adesão do auditório não sendo garantida.

Nesse tipo de auditório, o discurso é utilizado como forma de se atingir um consenso, eliminando o uso da violência. E o discurso é baseado nos acordos que são estabelecidos entre a comunidade dos espíritos, sendo que é por meio da linguagem que o consenso se estabelece e a sua validade e aceitação acarretará na validade dos argumentos utilizados pelo orador. Conforme Perelman e Tyteca (2005), cada cultura, cada indivíduo tem sua própria concepção do auditório universal. Em outras palavras, ele varia de indivíduo para indivíduo, pois “o auditório universal é constituído por cada qual a partir do que sabe de seus semelhantes, de modo a transcender as poucas oposições de que tem consciência” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 37).

Nesse sentido, para esses autores, a argumentação no auditório universal, mesmo alicerçada na verossimilhança, no plausível e no provável deve ser desencadeada versando sobre a verdade, para que o auditório seja convencido, pois se deduz que uma asserção pautada em verdades possua um juízo de valor reconhecido por todos. Mas, para isso, o orador deve estar convencido do seu próprio discurso, ou seja, ele deve acreditar no que está

afirmando para que os seus ouvintes também acreditem e sejam convencidos. Esse conceito de argumentação pode ser aplicado em nossa pesquisa, já que o produtor do gênero cartaz de campanha socioeducativa necessita construir o seu texto apoiando-se em fatos e acontecimentos sociais reais para convencer o seu interlocutor ou o auditório universal, na linguagem da Nova Retórica.

Assim, adaptando esse conceito de argumentação aos textos verbo-imagéticos, que compreendem o nosso *corpus*, podemos afirmar que, na construção de um cartaz de campanha socioeducativa, o produtor do texto desenvolve os seus argumentos utilizando a imagem como um recurso argumentativo, pois, por meio dela, ele tenta convencer o interlocutor a aderir a uma campanha. Por essa razão, insistimos no fato de que o encapsulamento imagético ajuda na construção da argumentação nos gêneros que visam à persuasão, pois acreditamos que o produtor desses textos busca convencer a comunidade munindo-se de fatos.

Por esse motivo, o conceito de auditório universal é tão importante para a nossa pesquisa, porque, de acordo com o pensamento de Perelman e Tyteca (2005), nele o orador busca estabelecer um consenso com validade para toda a comunidade, impondo a ela um fato que ninguém tem autoridade para fazer oposição, já que a argumentação foi desenvolvida versando sobre uma realidade. Isso explica o fato de o orador ser o primeiro a acreditar naquilo que está afirmando para os seus interlocutores, ouvintes ou auditório. Podemos justificar essa afirmação quando Perelman e Tyteca (2005) referem-se ao pensamento de Dumas, para quem:

A crença é a certeza plena, que exclui inteiramente a dúvida, é afirmação necessária e universal; isso significa que o homem seguro não imagina a possibilidade de se preferir a afirmação contrária e imagina sua afirmação como devendo impor-se a todos nas mesmas circunstâncias. Em suma, ela é o estado em que temos consciência de pensar a verdade, que é justamente essa coerção universal, essa obrigação mental; a subjetividade desaparece, o homem pensa como inteligência, como homem e não mais como indivíduo. (...) Na crença racional, a verdade torna-se nossa e tornamo-nos a verdade (DUMAS *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 36).

Também, encontramos inserido ao conceito de auditório universal uma espécie de auditório particular, aquele formado por uma elite que compartilha um mesmo conhecimento. Esse grupo se diferencia de outros por usar uma linguagem mais específica, técnica, comum ao seu grupo e de difícil compreensão para os demais.

Pelo que pudemos depreender acerca das definições estudadas sobre essa espécie de auditório da Nova Retórica, a classificação feita pelos seus estudiosos se faz sem objetividade, ou seja, sem clareza. Portanto, o conceito deste é uma presunção feita pelo orador, que

presume estar diante de um auditório universal ou de um particular, mas nada pode ser garantido, conforme o pensamento dos autores, pois nem todos estão dispostos a aceitar a nossa tese, o nosso ponto de vista. A partir do entendimento dessa concepção básica para a Teoria da Argumentação, passemos ao estudo das técnicas argumentativas.

2.3 As Técnicas Argumentativas

No processo que envolve a argumentação, como mencionado, o orador pretende conquistar a adesão do auditório e para isso ele estará sempre defendendo uma tese, na tentativa de convencê-lo. Também já sabemos que, nesse sentido, ele utiliza argumentos para conseguir que o seu auditório aceite o seu ponto de vista, ou seja, a tese proposta por ele. Reconhecendo a importância desses saberes, Perelman e Tyteca (2005) desenvolveram o estudo das técnicas argumentativas, pois acreditam que elas são parte central do processo argumentativo, já que são as responsáveis pela construção dos argumentos no discurso.

Dada a grande influência dessas técnicas no processo de construção dos argumentos, conforme afirmam os seus proponentes, é fundamental traçarmos considerações acerca delas neste trabalho. E, no intuito de facilitar os estudos dessas técnicas, os seus organizadores as dividiram em quatro grupos: os argumentos quase-lógicos; os argumentos baseados na estrutura do real; os argumentos que fundamentam a estrutura do real e a dissociação das noções, sobre os quais discorreremos nos subtópicos seguintes, considerando a sua relevância para as análises que desenvolvemos nesta pesquisa.

2.3.1 Os argumentos quase-lógicos

A primeira técnica trazida no Tratado da Argumentação são os argumentos quase-lógicos, que funcionam como princípio comparável a raciocínios formais, lógicos ou matemáticos e se caracterizam pela busca da eficácia persuasiva de seus argumentos na lógica formal. Esse tipo de argumento se opõe aos princípios lógicos da demonstração Retórica Clássica e pode ser rejeitado quando o uso dos elementos que estão disponíveis no discurso não convencer seu auditório. Os argumentos quase-lógicos apresentam apenas uma aparência demonstrativa, lógica, já que a linguagem humana não é um cálculo algébrico e as línguas são passíveis de ambiguidades e de diferentes interpretações, por essa razão os autores os concebem como quase-lógicos. Nesse grupo, os tipos de argumentos estão subdivididos em:

argumentos de contradição, de incompatibilidade, do ridículo, identidade, definição, analiticidade, tautologia, transitividade, inclusão, divisão, comparação, regra de justiça e reciprocidade.

De acordo com Perelman e Tyteca (2005), os argumentos por contradição ocorrem entre duas proposições e pressupõem um formalismo ou, pelo menos, um sistema de noções. Conforme os autores, “a acusação de cometer uma falta de lógica é, em geral, por sua vez, uma argumentação quase-lógica” (p. 220). Já a argumentação por incompatibilidade se dá quando se tem duas asserções entre as quais se escolhe uma ou se renuncia a ambas e “as teses combatidas levam a uma incompatibilidade” parecida com uma contradição (p. 222). A incompatibilidade é relativa a circunstâncias contingentes, constituídas por leis naturais, por fatos particulares ou por decisões humanas. Os autores em seus estudos apontam como incompatibilidade o seguinte exemplo:

(21) Será difícil fazer homens sensatos admitirem que aquele que, de olhos secos e espírito satisfeito entrega seu irmão aos executores para ser queimado vivo está sinceramente e de todo coração preocupado em salvar esse irmão das chamas do inferno (...)

(LOCKE, 1894 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 231).

Nesse exemplo, é possível perceber a incoerência em relação ao fato de alguém levar seu irmão à força e, ao mesmo tempo, preocupar-se com a salvação dele. São duas situações incompatíveis, conforme mostram os autores.

Na argumentação pelo ridículo, os autores consideram que “o ridículo é aquilo que merece ser sancionado pelo riso” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 233). É a punição à transgressão de uma regra, uma forma de condenar um comportamento não muito grave ou perigoso. Os autores consideram como ridícula a afirmação que entra em conflito com uma opinião aceita, sem explicações, opõe-se à lógica. E, até mesmo a oposição a um enunciado já mencionado pode levar ao ridículo, segundo os estudiosos. Esse argumento constitui uma poderosa arma usada pelo orador contra aquele que, sem justificativa, recusa-se a aderir a uma ou outra premissa do seu discurso. A argumentação quase-lógica pelo ridículo se caracteriza, ainda, por admitir momentaneamente uma tese oposta àquela que se quer defender. Esse aspecto resulta na figura da ironia, como afirmam Perelman e Tyteca (2005), considerada também como uma argumentação indireta. Para eles, a ironia pode ser usada em todas as situações argumentativas, assim como pode ser usada como procedimento de defesa, mas para ser compreendida exige conhecimentos prévios de fatos históricos e sociais, para que a

argumentação não seja prejudicada, como mostra o exemplo (22) trazido por Perelman e Tyteca (2005).

(22) Realmente, o povo de Oreu teve muito do que se regozijar por se ter posto nas mãos dos amigos de Filipe e por ter afastado Eufreu! Tiveram do que se regozijar, os eretrienses, por terem mandado embora os vossos deputados e por terem entregue a Clitarco! Ei-los escravos, açoitam-nos e degolam-nos!

(DEMÓSTENES, 1924 s/d *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 235).

Como já vimos anteriormente na afirmação de Perelman e Tyteca, a compreensão da ironia requer conhecimentos prévios, o que ocorre na construção do sentido irônico em (22), que sem os conhecimentos históricos necessários, os argumentos podem ficar prejudicados e não produzirem o resultado esperado. Porém, a ironia é um importante recurso argumentativo que pode ser utilizado nos gêneros que visam à persuasão.

O outro subgrupo de argumentos quase-lógicos é identificado pelo uso de conceitos, classificações e análises, que são utilizados como recursos para amparar as teses defendidas na argumentação, conforme Sá (2014). Conforme essa estudiosa, esses “recursos poderão ser incorporados à argumentação quase-lógica quando eles proporcionarem uma justificação argumentativa, que não seja nem totalmente arbitrária nem totalmente evidente” (SÁ, 2014, p. 31). Pertencem a esse grupo os argumentos por identidade e definição; analiticidade e tautologia.

Perelman e Tyteca (2005) consideram a identificação como a essência da argumentação quase-lógica, assim tal qual o ato de definir, para esses pesquisadores, é um processo argumentativo, já que faz parte das escolhas feitas pelo orador. Juntamente a isso, a definição também possibilita o surgimento de argumentos a partir de sua aceitação. Esse fator é importante para este trabalho, pois, ao fazermos escolhas linguísticas verbais, revelamos o nosso ponto de vista da mesma forma que, a opção por uma porção imagética, revela as mesmas pretensões, fato observável no gênero em estudo. Perelman e Tyteca (2005) dividem a definição em quatro tipos: normativa, descritiva, por condensação e complexa. Sendo que as definições normativas dizem respeito às escolhas lexicais; as descritivas referem-se ao sentido da palavra em relação ao meio e ao momento; as de condensação indicam os elementos essenciais que devem ser utilizados na definição descritiva e a complexa combina, de forma variável, os elementos das três definições anteriores.

É considerada pelos estudiosos como analítica, a igualdade entre expressões sinônimas e a escolha da análise é determinada pela busca da adesão do interlocutor. Perelman e Tyteca

(2005), além dessa questão, referem-se à análise direcional, que é dirigida para um sentido, em busca da adesão do interlocutor. Esse aspecto é observado no gênero estudado por nós, pois ele também pode ser usado estrategicamente pelo seu produtor, ao direcionar a atenção do interlocutor para determinado tema, no intuito de conseguir adeptos para a sua tese.

Já a tautologia se dá a partir de modelos já existentes e conhecidos, conforme Perelman e Tyteca (2005), em que o enunciador, de acordo com os seus propósitos comunicativos, explora os termos repetidos para chamar a atenção do interlocutor e buscar a adesão deste. Esses termos são utilizados com o propósito de provocar uma reação através do efeito que eles causam por se apresentarem repetidos e terem sentidos diferentes. Esse recurso também é comum em gêneros que buscam convencer o interlocutor. De acordo com o pensamento de Perelman e Tyteca (2005):

As tautologias e as tradições têm um aspecto quase-lógico porque, logo de início, tratamos os termos como unívocos, como suscetíveis de identificarem-se, de excluïrem-se. Mas, após a interpretação surgem as diferenças. Estas podem ser conhecidas previamente à argumentação (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 247).

Como observamos, as tautologias são um importante recurso estilístico que pode ser utilizado no gênero cartaz de campanhas socioeducativas por chamar a atenção do leitor através do jogo de sentidos entre os termos que se repetem, como no exemplo (23), utilizado pelos estudiosos. Neste exemplo, a intensão é fazer com que o interlocutor interprete as diferenças estabelecidas pela expressão verbal “entramos” (grifos nosso).

(23) “entramos e não entramos no mesmo rio” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 247).

O terceiro grupo de argumentos quase-lógicos subdivide-se em regra de justiça e de reciprocidade. O argumento pela justiça, como determinam Perelman e Tyteca (2005), ocorre quando é necessário adotar um tratamento idêntico a seres ou situações que são integrados numa mesma categoria. Conforme eles, esse recurso é muito utilizado na base argumentativa dos discursos jurídicos, em que os argumentos são construídos e elaborados através do uso de precedentes, que servem de apoio para os casos em andamento. Eles acrescentam que, no exercício da regra de justiça, autoriza-se a aplicação do mesmo tratamento a situações correspondentes, o que é conhecido como argumento da reciprocidade. Então, o argumento por reciprocidade, é a aplicação do mesmo tratamento às situações que são correspondentes.

Dessa forma, esse tipo de argumento é baseado nas relações entre o que antecede e o que sucede uma situação, conforme os seus pesquisadores argumentam.

O quarto grupo dos argumentos quase-lógicos, divide-se em argumentos de transitividade, de inclusão e de divisão. Esses argumentos se caracterizam por se aproximarem das relações do meio com o fim e são baseados na estrutura do real. Seria uma situação em que uma noção de algo passa de uma determinada situação para outra e são classificadas em: relação de igualdade, superioridade, inclusão e ascendência. Nas palavras de Perelman e Tyteca (2005, p. 257),

A transitividade é uma propriedade formal de certas relações que permite passar da afirmação de que existente a mesma relação entre os termos *a* e *b* e entre os termos *b* e *c*, à conclusão de que existe entre os termos *a* e *c* a mesma relação de igualdade, de superioridade, de inclusão, de ascendência são relações transitivas.

Podemos entender esse modelo de relação transitiva através do exemplo (24), trazido pelos teóricos em questão, em que eles apresentam uma noção passando de uma situação a outra, através do fato de uma pessoa tornar-se amiga de alguém, por ser amiga da outra que já é conhecida.

(24) “Os amigos de nossos amigos são nossos amigos” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p.257).

Nos argumentos de inclusão e divisão, ocorre o acréscimo de partes ao todo (inclusão) e a divisão do todo em partes (divisão), conforme aponta Sá (2014) em sua pesquisa. Na inclusão, os argumentos se limitam ao confronto do todo com uma de suas partes, sem atribuir nenhuma qualidade particular nem as partes nem ao conjunto. O tratamento é, portanto, igual a cada uma de suas partes, sendo analisado apenas as relações que permitem uma comparação quase-matemática entre o todo e suas partes, acrescenta essa autora. Ela ainda coloca que esse tipo de relação pode ser encontrada na elaboração dos dilemas, por eles restringirem a escolha de uma só alternativa, que representa o mal menor. O modelo que representa esses tipos de argumentos é ilustrado pelo exemplo (25), em que a ampliação do que é ilegal para uma igreja se aplica, também, aos membros que a seguem.

(25) Nada do que não é permitido pela lei a toda a igreja, pode, por algum direito eclesiástico, tornar-se legal para algum de seus membros (LOCKE, 1894 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 262).

Em relação aos argumentos por divisão, Perelman e Tyteca (2005) explicam que, nesses modelos argumentativos, o todo somado às suas partes funciona como alicerce para a construção de vários outros argumentos, como é o caso observado em (26) em que o ponto de partida para a defesa do ponto de vista do orador é a tripla finalidade da injustiça, que se divide em três partes.

(26) Todos os homens cometem a injustiça com três finalidades (esta, essa ou aquela); e por duas razões o delito era impossível; quanto à terceira, os próprios adversários não a mencionam
(ARISTÓTELES, 1399 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 265).

O último grupo dos argumentos quase-lógicos é o de comparação. Segundo Perelman e Tyteca (2005, p. 274), “a argumentação não poderia ir muito longe sem recorrer a comparações, nas quais se cotejam vários objetos para avaliá-los um em relação ao outro”. Conforme o pensamento deles, a comparação é fulcral no processo da argumentação, pois esse método permite avaliar um aspecto em relação a outro, possibilitando fazer a escolha da melhor opção. Os autores acrescentam que a comparação pode acontecer através de três relações: oposição (por exemplo: o pesado e o leve), por ordenamento (o que é mais pesado que) e por ordenação quantitativa (no caso da pesagem por meio de unidades de peso) (PERELMAN E TYTECA, 2005, p. 275). Em (28) os teóricos da Nova Retórica mostram a comparação entre duas realidades, no caso entre um rosto corado e a cor vermelha de uma maçã, permitindo uma avaliação entre as duas realidades.

(27) Suas faces são vermelhas como maçãs.
(PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 274).

Perelman e Tyteca (2005) também destacam, associados à comparação, os argumentos pela probabilidade, caracterizados por estabelecerem comparações baseadas na importância dos acontecimentos e na probabilidade do aparecimento deles, como observado no modelo que esses linguistas apresentam em (28).

(28) Se há apenas uma verdade, um caminho para ir ao céu, que esperança haverá de que mais pessoas a ele serão conduzidas, se não têm outra regra além da religião do príncipe e é-lhes imposta a obrigação de abandonar a luz de suas próprias razões ... o estreito caminho ficaria muito apertado; um único país teria a verdade...
(LOCKE, 1894 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 291).

Nas análises de Sá (2014, p. 35), o argumento do exemplo acima se processa “contra a tirania dos príncipes no campo religioso, supondo que cada indivíduo tem igual competência para reconhecer o bom caminho, pois se todos tomarem o mesmo caminho, não caberá todos”. Ou seja, a probabilidade de todos chegarem ao céu fica reduzida, visto que há um único caminho apertado.

2.3.2 Os argumentos baseados na estrutura do real

Conforme Perelman e Tyteca (2005), enquanto os argumentos quase-lógicos buscam validade no racional, os argumentos baseados na estrutura do real caracterizam-se por ter como base a própria realidade social, já que se amparam nas validades presentes na sociedade para daí estabelecer uma ligação entre o real e os juízos admitidos ou que se busca admitir. Esses argumentos, ao contrário daqueles, não se apoiam na lógica, mas sim nas experiências.

Perelman e Tyteca (2005) dividiram esse grupo de argumentos em dois tipos de ligações: as de sucessão e as de coexistência, em que as ligações de sucessão dizem respeito à relação de causa e efeito, a partir do cotidiano dos interlocutores e as ligações por coexistência unem a pessoa aos seus atos.

Conforme os estudiosos do Tratado da Argumentação, pertencem às ligações de sucessão: o vínculo causal, o argumento dos fins e dos meios, o argumento pragmático e os argumentos de desperdício, da direção e da superação. Pertencem às ligações por coexistência: o argumento da pessoa e de seus atos, da autoridade, da essência, da ligação simbólica, das hierarquias e das diferenças de grau e de ordem. Para Perelman e Tyteca (2005, p. 299 - 300), o vínculo causal nas ligações de sucessão desempenha papel essencial e seus efeitos argumentativos são tanto numerosos quanto variados e permitem argumentações de três tipos:

- a) as que tendem a relacionar dois acontecimentos sucessivos dados entre eles, por meio de um vínculo causal; b) as que, sendo dado um acontecimento, tendem a descobrir a existência de uma causa que pôde determiná-lo; c) as que, sendo dado um acontecimento, tendem a evidenciar o efeito que dele deve resultar (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 299-300).

Diante dessa variedade de possibilidades de argumentos provenientes das ligações de sucessão de causa e efeito, Sá (2014) apresenta, de forma resumida, outros argumentos provenientes dessa relação estudados pela Teoria da Argumentação, são eles:

Argumento do desperdício (que consiste em continuar na direção argumentativa inicial, mesmo diante da possibilidade de fracasso), o

argumento de direção (que se constitui na observação das várias etapas envolvidas para se atingir uma finalidade), o argumento de superação (que insistem na possibilidade de ir sempre mais longe num certo sentido, sem limites) o argumento pelo excedente que visa apenas um único valor, não se deixando limitar por nenhum outro, representando, assim, uma dificuldade ao desenvolvimento de outros argumentos (SÁ, 2014, p. 37).

No exemplo (29) a seguir, utilizado por Perelman e Tyteca (2005), observamos a ocorrência da relação causa e efeito através das personagens Dom Quixote e Sancho Pança, denominados pelos autores como um caso caricaturado de argumento. Neste modelo apresentado, observamos o vínculo com o causal e a argumentação se estrutura em torno de Sancho Pança ao buscar a causa para os efeitos que foram provocados em Dom Quixote.

(29) Oh! Santo Deus! Será possível que tais coisas se passem no mundo e que os feiticeiros e os feitiços tenham tanta força que possam ter mudado o bom senso de meu amo em tão extravagante loucura?
(CERVANTES, 1913 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 302).

As ligações de coexistência caracterizam-se por fazer a ligação entre realidades de níveis desiguais, sendo uma mais fundamental e explicativa do que a outra, como por exemplo, a ligação entre a existência do homem e as suas ações. Pertence a esse grupo, o argumento do prestígio, estratégia que faz com que uma pessoa provoque nas outras, a tendência de copiar as suas ações, revelando como seus atos são acolhidos pelos outros, como explica Sá (2014). E o argumento da autoridade, que ocorre quando a autoridade de uma pessoa, ou de um grupo de pessoas, é utilizada para fazer com que sua tese seja admitida. Perelman e Tyteca (2005) afirmam que quanto mais importante é uma autoridade, mais incontestável é a sua palavra, como ocorre no exemplo (30), em que a autoridade de Jesus é comprovada por Moisés e Elias, através do respeito que eles têm pelo seu mestre.

(30) Um mestre (Jesus) em quem aparece tanta autoridade, conquanto sua doutrina seja obscura, bem merece que se creia em sua palavra: ... Podeis reconhecer sua autoridade ao considerar o respeito que lhe prestam Moisés e Elias; ou seja, a ele nos ensina: toda a razão (...) (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 351).

Vale ressaltar ainda a ocorrência dos argumentos pela técnica de travagem, que são contrários aos argumentos da autoridade. Essa técnica se caracteriza por limitar a proporção dos atos das pessoas que são vítimas de preconceito, sendo este utilizado como forma de limitá-las. Além da travagem, Perelman e Tyteca (2005) destacam também a técnica de ruptura, em que a relação entre o ato e a pessoa é impedida, explicado por Sá (2014) como

uma incompatibilidade que ocorre entre o que julgamos da pessoa e o que pensamos do ato praticado por ela.

Além das ligações de sucessão e coexistência, Perelman e Tyteca (2005) apresentam as ligações simbólicas, que estão associadas às de coexistência e compreendem aos símbolos e ao que eles evocam, acarretando uma transferência entre eles. Os argumentos aqui são ligados, por exemplo, à Pátria, à religião, à pessoa do rei e aos símbolos, como bandeira, cruz, espada ou a palavras que simbolizem relações com instituições ou hierarquias sociais. Também, conforme o pensamento dos autores, a ocorrência da junção entre as ligações de coexistência e as ligações simbólicas é um aspecto comum nos discursos políticos.

2.3.3 Os argumentos que fundamentam a estrutura do real

Esses argumentos representam a terceira técnica argumentativa apresentada por Perelman e Tyteca (2005). Nesse grupo, os argumentos se subdividem em dois tipos: o primeiro é o da fundamentação pelo recurso do caso particular e o segundo é o do raciocínio por analogia. Relacionam-se ao primeiro grupo, os exemplos, as ilustrações, o modelo/antimodelo e ao segundo grupo, o recurso por analogia. Nessa técnica argumentativa, a argumentação encontra na realidade um universo que possibilita a comparação.

Pertencente ao grupo da fundamentação pelo recurso do caso particular, a argumentação pelo exemplo ocorre a partir da imitação das ações de outras pessoas que conhecemos e cuja conduta admiramos e, essa conduta passa à regra a ser seguida. Já os argumentos pela ilustração têm a função apenas de ilustrar e impressionar, enquanto o exemplo se estabelece como regra a ser seguida incontestavelmente. Conforme os estudiosos da Nova Retórica, “enquanto o exemplo era incumbido de fundamentar a regra, a ilustração tem a função de reforçar a adesão a uma regra conhecida e aceita” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 407). Eles acrescentam, ainda, que “enquanto o exemplo deve ser incontestável, a ilustração, da qual não depende a adesão à regra, pode ser duvidosa, mas deve impressionar vivamente a imaginação para impor à atenção” (p. 407), aspecto relevante a ser analisado no gênero estudado por nós.

Pelo modelo, a argumentação constitui uma variação da argumentação através do exemplo e serve de inspiração aos comportamentos, pois apresenta algo a ser imitado, enquanto o antimodelo, considerado mais eficaz que o modelo, traz um ensinamento e demonstra algo que deve ser evitado, de acordo com os estudiosos da Nova Retórica. Esses

dois tipos de argumentos também podem ser explorados nos cartazes de campanhas socioeducativas, pois eles apresentam um grande poder de convencimento, principalmente o antimodelo, que como explicado por Perelman e Tyteca (2005), é mais eficaz.

A técnica argumentativa da analogia pertencente ao segundo grupo dos argumentos que fundamentam a estrutura do real é estabelecida através da seguinte fórmula, como sugerem os autores do Tratado da Argumentação: “A está para B assim como C está para D” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 424). Para esses autores, a analogia é um confronto entre o tema (o que se pretende mostrar – mais abstrato) e o foro (algo concreto) e tem o intuito de provar a verdade dos fatos. Ocorre, portanto, na analogia uma fusão entre elementos, como pode ser observado no do exemplo (31).

(31) “...Todas as outras substâncias dependem de Deus, como os pensamentos emanam de nossa substância...”
(LEIBNIZ, 1880 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 427).

Nesse caso mostrado por Perelman e Tyteca (2005) em (32), observamos a relação que se estabelece entre três elementos: as substâncias, a dependência de Deus e os pensamentos, que se fundem através da analogia, para provar que todas as substâncias emanam de Deus.

É importante salientarmos as explicações que os estudiosos fazem em relação à importância da metáfora para a argumentação, pois essa figura, segundo eles, tem grande potencial na analogia, como eles mesmos declaram, “é em função da teoria argumentativa da analogia que o papel da metáfora ficara mais claro” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 453). Conforme eles, a metáfora é “uma mudança bem-sucedida de significação de uma palavra ou de uma locução” (p. 453), sendo concebida por eles como “resultante da fusão de um elemento do foro com um elemento do tema” (p. 453). Sendo assim, devido à possibilidade de fusão estabelecida pela metáfora, a analogia passa a ser um dado e não uma sugestão, como podemos perceber no exemplo (32), trazido pelos autores.

(32) Dentro de cem anos, o mundo ainda subsistirá por inteiro; serão o mesmo teatro e os mesmos cenários, já não serão os mesmos atores.
(LA BRUYÈRE, 1941 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 456).

No caso do exemplo (32), podemos perceber que, como explicam Perelman e Tyteca (2005), a metáfora serve de ponto de partida para um argumento que se estabelece como um fato. Dessa maneira, em (32), a metáfora serve para se prevê as mudanças que irão acontecer no futuro. Ou seja, a previsão de que o mundo, representado pelo termo “teatro”, no futuro

será igual ao atual, só mudarão as pessoas, representadas pela expressão “atores”, e isso é um dado (grifos nossos).

2.3.4 Os argumentos por dissociação das noções

A técnica argumentativa por dissociação de noções, conforme Perelman e Tyteca (2005), “determina um remanejamento mais ou menos profundo dos dados conceituais que servem de fundamento para a argumentação. Já não se trata, nesse caso, de cortar os fios que amarram elementos isolados, mas de modificar a própria estrutura deles”. Em outras palavras, nessa técnica acontece o rompimento de noções, conceitos, já consagrados e aceitos.

Nessa técnica, portanto, existe uma associação indevida de elementos, que deveriam ficar separados e independentes, conforme esclarecem os seus organizadores e o objetivo aqui é fazer com que os fatos possam mudar de parecer ou finalidade. De acordo com Perelman e Tyteca (2005), os argumentos por dissociação de noções separam ideias que aparecem em pares hierarquizados e buscam mostrar que não há ligação entre os conceitos que estão relacionados nesses pares ou que eles estão indevidamente vinculados. São exemplos clássicos desse modelo de argumento os pares: aparência/realidade, meio/fim, segundo os escritores do Tratado da Argumentação. Essas noções, conforme postulam, podem ser facilmente dissociadas, rompidas, quando ocorre uma redefinição de conceitos, como eles apontam no exemplo (33) a seguir:

(33) Nem o direito nem a arte de governar, escreve ele, acarretam necessariamente um conhecimento certo de outras matérias, menos ainda o verdadeira religião. Pois, se assim fosse, como seria possível que os senhores da terra divirjam tão profundamente, como é o caso, em matérias religiosas? (LOCKE, 1894 *apud* PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 468).

O contexto que envolve o exemplo (33), como apresentam Perelman e Tyteca (2005), é o de que, para Locke, a igreja é uma associação voluntária cujo objetivo é a salvação dos seus membros e ele recusa o vínculo estabelecido entre o Estado e a religião em sua época, mas o seu adversário pensa o contrário e aceita essa vinculação. Para o adversário de Locke, isso representa uma dissociação das noções em que ele sempre acreditou. Locke só reconhece a ligação entre religião e estado em um regime teocêntrico, não em um moderno, que para ele seria inconcebível. Então, o que outrora era regra passa a ser uma exceção na atual situação e

isso implicaria a recusa da ligação entre estado e religião, como explicado no Tratado da Argumentação.

Um aspecto relevante elencado pelos autores é que as noções nas quais os argumentos se amparam, os raciocínios aos quais elas conduzem, os remanejamentos provenientes dessa atividade e as técnicas que permitem operá-los é que nos indicarão a presença de uma dissociação das noções e não de uma mera recusa de ligação.

Conhecedores da grande relevância das técnicas argumentativas da Nova Retórica para a nossa pesquisa e no intuito de facilitar a visualização delas neste trabalho, assim como fez Sá (2014), apresentamos abaixo o quadro resumo dessas técnicas desenvolvido pela autora em seus estudos.

Quadro 2 – Grupos de argumentos

Argumentos quase-lógicos	Contradição, incompatibilidade, ridículo, identidade, definição, analiticidade, tautologia, transitividade, inclusão, divisão, comparação, regra de justiça e reciprocidade.
Argumentos baseados na estrutura do real	Ligações simbólicas, de sucessão e as de coexistência.
Argumentos que fundamentam a estrutura do real	Os exemplos, as ilustrações, o modelo/antimodelo e a analogia.
Dissociação das noções	O rompimento das noções de pares hierarquizados.

Fonte: Sá (2014, p. 46)

Após a conclusão das reflexões teóricas a respeito das técnicas argumentativas, pudemos constatar que muitas delas são aplicáveis ao gênero cartaz de campanha socioeducativa, por isso a relevância de esclarecermos acerca delas e de retomá-las no capítulo em que trataremos das análises do nosso estudo. E, mesmo sabendo que, conforme o que apresenta Sá (2014), a subdivisão dos argumentos que pertencem aos quatro grupos seja exaustiva e deixe algumas dúvidas na hora de fazer a diferenciação entre as técnicas, elas mostram-se muito produtivas no gênero aqui estudado.

Agora, partiremos para a discussão de outro aspecto importante para o desenvolvimento deste trabalho, que é o vínculo entre a argumentação e a multimodalidade, já que investigamos um gênero que se utiliza de argumentos para convencer o interlocutor e é rico em aspectos multimodais.

2.4 Multimodalidade e Argumentação

Dentre os estudos atuais do texto, a multimodalidade vem ganhando espaço considerável por ser considerada inerente a toda manifestação da linguagem, conforme Elias (2016). Dentro desse novo contexto, a LT se sentiu obrigada a ampliar o seu campo de investigação para dar conta dos novos desafios teórico-metodológicos que vêm surgindo no universo dos estudos textuais. Esse dado se comprova principalmente quando se trata da “integração de linguagens distintas no processamento textual e, de modo particular, na orientação argumentativa que se deseja imprimir ao texto” (ELIAS; SILVA, 2018, p. 115). Por isso, consideramos fundamental entendermos de que forma as múltiplas semioses que envolvem o texto contribuem para a organização dos argumentos nos textos verbo-imagéticos.

De acordo com Elias (2016), a linguagem é concebida como uma forma de interação, cujo uso é regido pela intenção. Essa escritora acrescenta que: “Como pretendemos orientar os enunciados que produzimos no sentido de determinadas conclusões com exclusão de outras, o uso da linguagem é essencialmente argumentativo” (ELIAS, 2016, p. 192). Corroboramos esse pensamento da autora, pois acreditamos no poder persuasivo da linguagem presente na comunicação humana.

Para discorrer sobre o poder argumentativo da linguagem, Elias (2016) adota o pensamento de Charaudeau (2008), para quem:

Argumentar é a atividade discursiva de influenciar o nosso interlocutor por meio de argumentos cuja constituição demanda apresentação e organização de ideias, bem como estruturação do raciocínio que será orientado em defesa

da tese ou ponto de vista, considerando, no entanto, que o aspecto argumentativo de um discurso encontra-se frequentemente no que está implícito (ELIAS, 2016, p. 192).

A autora reforça que argumentar pressupõe dois aspectos importantes: intencionalidade e aceitabilidade, além de envolver duas partes, a que constrói os argumentos com o objetivo de influenciar o interlocutor e persuadi-lo e a que é o alvo desse processo, o próprio interlocutor. Nesse caso, este, como postula Elias (2016), tem a liberdade de aceitar ou não a validade dos argumentos construídos.

Assumimos em nosso trabalho o pressuposto de Elias (2016), adotado de Pinto (2010), de que os “recursos visuais como variação tipográfica e cromática são de importância para a organização textual e assumem papel argumentativo” (ELIAS, 2016, p. 194). Esse princípio é de grande relevância para esta pesquisa, pois acreditamos que a porção imagética que compõe os cartazes de campanhas socioeducativas funciona como estratégia argumentativa.

Nos estudos realizados por Custódio Filho (2011), ele propõe a hipótese de que os recursos imagéticos, também, são responsáveis por instaurar um referente. Dessa forma, esses recursos são partes constituintes do texto e, portanto, contribuem para a construção de sentidos destes e funcionam como recurso argumentativo. Esse autor reforça seus argumentos afirmando que todos os elementos integrados na materialidade do texto são constitutivos do (co)texto, portanto, contribuem para a construção de sentidos.

Em seus estudos, Elias (2016) concebe a multimodalidade, conforme pensam Kress e van Leeuwen (1996), como “a coocorrência de vários modos de linguagem (semioses), que se integram na construção de significados em interações sociais” (p. 194), além de ser inerente a toda manifestação linguística, o que confirma nossa ideia acerca de que, nos textos verbo-imagéticos, a porção imagética é um forte recurso persuasivo, já que se compõe às outras semioses responsáveis pelo papel de argumentar. Nesses estudos, essa pesquisadora observa a contribuição dos elementos multimodais na organização da argumentação e conclui que os elementos gráficos que compõem o texto (tamanho, estilo, cor, fonte), associados aos espaciais (reco, entrelinha ou posição na página) funcionam como organizadores textuais. E que, portanto, estes ao se integrarem com o verbal ajudam os leitores a se localizarem no texto e a produzirem sentidos.

Conforme seu pensamento, “os procedimentos de decisão, seleção e combinação na constituição do texto envolvem não apenas elementos linguísticos, como também elementos não

linguísticos, numa integração de vários modos de linguagem” (ELIAS, 2016, p. 196). Assim sendo, os elementos multimodais integram o texto e são responsáveis pelos sentidos produzidos por este. Portanto,

Esses elementos são importantes sinalizadores do modo de organização do texto, dos tópicos que o compõem e das partes que merecem destaque no processo argumentativo e que foram configuradas de determinado modo para orientar a leitura e a compreensão. Trata-se de recursos que, à sua maneira, funcionam como orientadores argumentativos (ELIAS; SILVA, 2018, p. 115).

Apesar de os elementos multimodais serem considerados como sinalizadores da organização textual e orientadores da interpretação de sentidos nos textos, as categorias de análises da LT pouco têm sido aplicadas aos textos verbo-imagéticos. Esse fato foi o que nos fez pensar na aplicação dessas categorias nesses textos em nossa pesquisa e estudar o fenômeno da multimodalidade que, para Elias (2016), faz parte da composição da linguagem e é um traço presente em qualquer gênero, principalmente naqueles com fins persuasivos. Essa autora reforça que os elementos multimodais “orientam o leitor para o modo de organização textual, a intencionalidade do autor e a argumentatividade” (p. 197), pensamento com o qual corroboramos.

Nesse contexto, Lima (2017, p. 104) defende que os processos referenciais podem ser homologados “por signos verbais, por signos não verbais ou numa relação de interdependência entre signos verbais e não verbais”. Desse modo, a autora considera que os aspectos multimodais auxiliam nos processos referenciais tanto quanto os signos verbais. Partindo desse pressuposto é que nos propomos a investigar a sua hipótese do encapsulamento imagético, pois acreditamos que uma porção textual encapsulada pode se apresentar no modo imagético e não apenas no modo verbal, como já explicado no primeiro capítulo deste trabalho.

Após a tessitura dessas explicações sobre a importância da multimodalidade na construção dos argumentos, trataremos no próximo capítulo acerca do cartaz, como suporte, e sobre o gênero campanhas sociais, aspectos de grande relevância para o nosso estudo.

3 O SUPORTE CARTAZ E O GÊNERO CAMPANHA SOCIOEDUCATIVA

Neste capítulo, apresentamos um panorama sobre o cartaz para chegarmos a melhor compreensão do que seja um suporte e o papel social que ele representa no gênero investigado por nós neste trabalho. Em nossas investigações, adotaremos o cartaz como suporte, pois corroboramos o pensamento de Marcuschi (2003) de que todo gênero necessita de ser albergado em um suporte e, como no cartaz são disseminados diversos gêneros, entendemos que ele sirva a tal propósito. Para esse autor, desde a antiguidade os suportes textuais sofrem variações, que vão desde as paredes interiores de cavernas, passando depois para a pedra, a tabuleta, o pergaminho, o papel, o outdoor, e atualmente ganhando o ambiente virtual da Internet. Aspecto esse que confirma a ideia de que os gêneros dependem de um *locus* para a sua disseminação.

Dividimos este capítulo em quatro subcapítulos, que têm como objetivo proporcionar um delineamento em relação ao suporte cartaz e ao gênero campanha socioeducativa, que ele alberga. Para isso, partimos do esclarecimento acerca dos equívocos que existem entre suporte e gênero, para depois tecermos algumas elucidaciones sobre a história e o papel social do cartaz, continuando com alguns esclarecimentos relacionados à socioeducação e finalizando tecendo considerações a respeito da argumentação visual. Discerniremos as questões levantadas neste capítulo a partir do pensamento de Marcuschi (2003), Carvalho (2008), Abreu (2011), Belonas (2011), Saviane (2011), Bisinoto (2015), Mateus (2016) e Bezerra (2017).

3.1 Cartaz: relações entre o suporte e o gênero

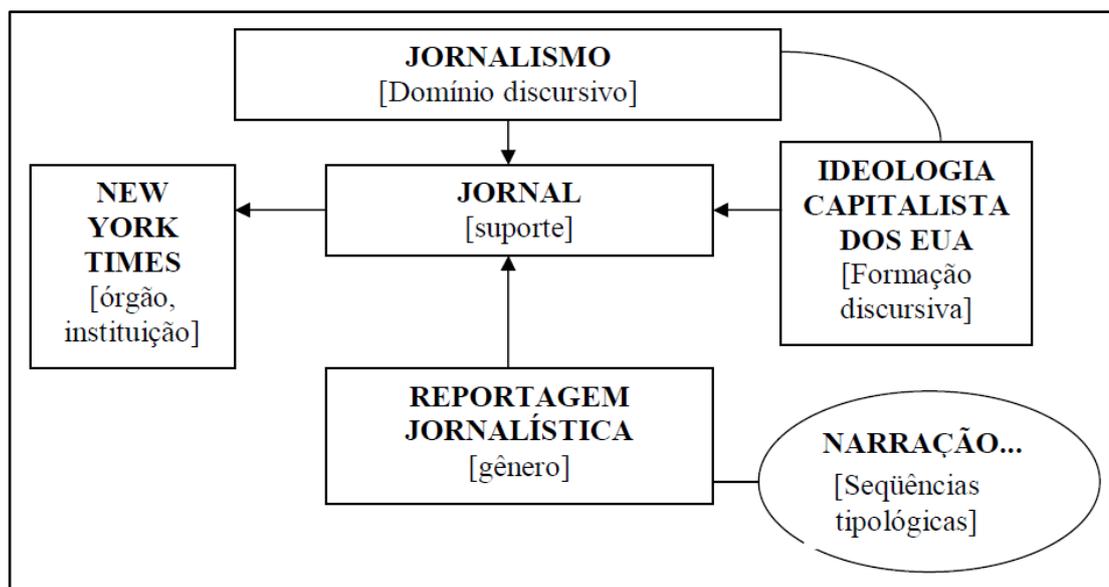
Ao discorrer acerca da confusão que existe entre gênero e suporte, Bezerra (2017) considera que isso se trata de um equívoco frequente no discurso sobre o gênero e esse equívoco, como ele chama, não ocorre apenas entre essas duas categorias, mas também entre gênero e texto, gênero e domínio discursivo, gênero e forma/estrutura e gênero e tipo textual. Toda essa confusão, conforme o autor, não é feita apenas por professores da educação básica ou entre estudantes de graduação, ela é verificável, inclusive, no discurso acadêmico das pós-graduações. Além disso, é ainda comum essa ocorrência na web, em sites e blogs dedicados a temáticas educacionais. Tendo em vista isso, Bezerra (2017) recomenda lidar adequadamente com o conceito de gênero, para que essa discussão se dê de forma produtiva.

Em Marcuschi (2003), encontramos que o suporte é imprescindível para que o gênero circule na sociedade. Ele ainda influencia na natureza do gênero suportado, por isso o gênero

é sempre identificado na relação com o suporte, conforme argumenta o pesquisador. Segundo ele, o suporte “tem a ver centralmente com a ideia de um portador do texto, mas não no sentido de um meio de transporte ou veículo, nem como um suporte estático e sim como um *locus* no qual o texto se fixa e que tem repercussão sobre o gênero que suporta” (MARCUSCHI, 2003, p. 8). Dentro dessa noção vaga, Marcuschi (2003) declara que o suporte ganha relevância no próprio gênero a que ele serve, porém não há um conceito claro do que ele seria, além do que, não podemos considerar as definições encontradas nos dicionários, já que não são suficientes para abarcar a multiplicidade funcional deste.

Diante da complexidade e das confusões que envolvem o termo, torna-se realmente difícil chegar a um consenso em relação à definição de suporte, já que, muitas vezes, ele é confundido com o gênero. Marcuschi (2003), posiciona-se dizendo que “o suporte não deve ser confundido com o contexto nem com a situação, nem com o canal em si, nem com a natureza do serviço prestado” (MARCUSCHI, 2003, p. 11). No entanto, conforme explica, ele funciona como uma espécie de contexto devido ao seu papel de seletividade, tendo em vista que não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele, característica que pode justificar o equívoco. O suporte deve ser analisado, de acordo com o autor, em relação a aspectos tais como: o domínio discursivo, a formação discursiva, o gênero e o tipo textual, sem, no entanto, obedecer a uma ordem hierárquica. Para demonstrar como devem ser feitas tais análises, Marcuschi (2003) traz como exemplo uma reportagem sobre a Guerra no Iraque publicada no New York Times e demonstra isso através de um quadro explicativo, como podemos observar a seguir.

Quadro 3 – Quadro geral das categorias analíticas



Fonte: (MARCUSCHI, 2003, p. 13)

Ainda é importante lembrar que, em seus estudos, Marcuschi (2003) apresenta dois tipos de suportes: os convencionais, aqueles elaborados tendo em vista a sua função de portarem ou fixarem textos, ou seja, são produzidos com essa finalidade e servem como protótipos. E os incidentais, que operam como suportes ocasionais ou eventuais e podem ocasionalmente trazer textos, já que, para esse pesquisador, qualquer superfície física pode funcionar como suporte em alguma circunstância. Marcuschi (2003) também recorda que não se pode tomar o suporte de um modo geral, pois é difícil apontar quem está servindo de suporte em determinadas situações. O autor apresenta alguns exemplos de ambos os tipos de suportes, porém lembra que a situação contextual é quem vai determinar essa definição quando se tratar dos suportes incidentais. Em relação aos primeiros, ele cita livro, jornal, revista, revistas científicas, rádio, televisão, telefone, quadros de avisos, outdoor, encartes, folders, luminosos e faixas. Quanto aos segundos, ele cita embalagens, para-choques e paralamas, roupas, o corpo humano, paredes, muros, paradas de ônibus, estações de metrô, calçadas, fachadas, janelas de ônibus ou de outros transportes, entre uma grande infinidade, que não tem como listar. O próprio pesquisador sugere que não há um limite de tipos de suportes, pois há vários locais eventuais e não convencionais servindo à atividade comunicativa em diversos contextos e situações.

Além desses exemplos de suportes, Marcuschi (2003) elenca alguns casos de serviços em função da atividade comunicativa que são comumente confundidos com suportes. São eles: os Correios, o e-mail (na função de correio eletrônico), a Mala-direta, a internet, as homepage e sites. O autor considera esses casos como serviços, mas não há um consenso em relação a isso, devido às diversas funções a que estes servem, porém, corroboramos o pensamento de Marcuschi (2003), pois também acreditamos que, como o cartaz alberga diversos gêneros, ele não deve ser confundido com o gênero ao qual suporta.

Em razão disso, neste estudo, optamos por considerar o cartaz como um exemplo de suporte convencional, devido à sua função de albergar vários gêneros, mesmo ele veiculando gêneros bem especializados, como as diversas campanhas, sendo estas de ordem comercial, social, cultural ou política.

É importante tratarmos sobre a relação existente entre o suporte e a leitura, em que Marcuschi (2003), em conformidade com Possenti (2002), defende que o suporte influencia na leitura do gênero. Ele exemplifica seu posicionamento afirmando que lemos de forma diferente, por exemplo, um edital de concurso quando este é publicado em um jornal e quando ele está exposto em um outdoor. De acordo com o autor, quando a leitura é feita no jornal, o leitor pode interferir nela, sublinhando e fazendo anotações, ao passo que quando ela

é feita em um outdoor, isso não é possível. Em seus termos, “o suporte não muda o conteúdo, mas nossa relação com ele, não só por permitir anotações, mas por manter um contato diferenciado com ele” (MARCUSCHI, 2003, p. 32). O autor salienta que o status do suporte pode influenciar no tipo de leitura, como no exemplo que traz de uma mesma reportagem sendo publicada em um jornal do interior de Pernambuco e no New York Times, que, como o autor retrata, terá repercussões diferentes e será lida de modos diversos.

Por fim, apesar da falta de consenso em relação à definição de suporte, em Marcuschi (2003) encontramos aquela que utilizamos como base para esta pesquisa. Portanto, nós:

Intuitivamente entendemos aqui como suporte de um gênero um *locus* físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. Numa definição sumária, pode-se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto (MARCUSCHI, 2003, p. 10).

Levantadas essas considerações por Marcuschi (2003) relativas ao suporte, ele deixa claro que a identificação a respeito de um suporte, um gênero, um serviço, evento e um canal nem sempre é clara e que as fronteiras entre esses aspectos dependem da perspectiva da observação e do modo como são encarados os fenômenos. Em vista disso, passaremos ao próximo subtópico, que esclarecerá sobre o papel social do cartaz.

3.2 História e Atividade Social do Cartaz

Elaborado com o objetivo de informar, o cartaz ou pôster, como é conhecido internacionalmente, serve de suporte a vários gêneros, como é o caso das campanhas socioeducativas, que através de uma linguagem apelativa, é usada para convencer o público leitor a aderir a uma ideia. Encontrado em diversos ambientes sociais, o suporte mostra os mais variados temas, sendo uma eficaz forma de comunicação por conseguir atingir um grande público, estabelecendo uma interação com este e exercendo, em comunhão com o gênero albergado, um importante papel social. Geralmente, os cartazes são compostos por gêneros construídos com recursos linguísticos verbais e não verbais, que apresentam uma linguagem objetiva, concisa e atrativa, a fim de conquistar o interesse dos leitores. É importante reiterarmos que no gênero estudado aqui, os elementos multimodais imbricam-se para que a mensagem seja mais breve e de fácil interpretação.

De acordo com o pensamento de Abreu (2011), a história do cartaz coincide com a história do desenvolvimento da Humanidade e é um reflexo da tecnologia, da estética e do pensamento de cada época. O autor argumenta que os primeiros exemplares dos cartazes foram produzidos por escribas em pedras ou placas de argila, passando depois a pergaminhos e papiros, ganhando a sua portabilidade definitiva com a invenção do papel pelos chineses. Nos estudos desse pesquisador, o primeiro cartaz conhecido foi produzido em 1454 em manuscrito, ele não tinha imagens e chamou-se “Saint-Flour”. Esse exemplar já possuía as principais características que o cartaz apresenta hoje, como afirma o autor. Ele acrescenta ainda que foi William Calixto, contemporâneo Gutenberg, o inventor da imprensa, quem introduziu a imprensa móvel no Reino Unido e criou em 1480 o cartaz “The Pyses of Salisburg”, que era afixado nas igrejas para a promoção de livro religioso.

Após a invenção da imprensa com seus traços retilíneos, surgiu a técnica litográfica, que ajuda a fundar a história do cartaz publicitário moderno, pois através dessa técnica era possível produzir imagens, utilizar cores e fazer traços curvilíneos. A partir dessa nova técnica, surge em 1816 a primeira empresa de impressão litográfica em Paris, estabelecendo-se as condições para que o pôster artístico ou comercial se desenvolvesse e ficasse conhecido como a grande mídia daquele período.

Atualmente, para Abreu (2011), o cartaz funciona quase como um estandarte em que são sintetizadas as informações e, com base na definição de Fonseca (1995), ele apresenta o cartaz como um impresso de grande formato que serve para ser fixado em grandes ambientes ou ao ar livre servindo de suporte a anúncios comerciais, eventos culturais, sociais ou políticos. Carvalho (2008) coloca que a evolução do cartaz está historicamente ligada a três aspectos: ao capitalismo e suas necessidades de promoção, à evolução das técnicas de impressão e à ocupação urbana, que trouxe preocupações com a saúde e com os bons hábitos de higiene. Esses aspectos, como determina a autora, foram responsáveis pela saída do cartaz do seu domínio predominantemente comercial para atuar como veículo de difusão das novas necessidades urbanas.

Ainda tratando da história do cartaz, Abreu (2011) argumenta que o pintor francês Jules Chéret iniciou a produção de cartazes publicitários com estilo artístico em 1860. Em seus cartazes, Chéret combinava imagem e texto, permitindo ao público uma leitura rápida e a compreensão da mensagem. Afirma Abreu (2011) que Chéret foi o primeiro artista plástico a compreender a importância dos aspectos psicológicos na publicidade, por isso, ele elaborava cartazes sedutores com o objetivo de impactar emocionalmente o público. Foi esse artista também quem criou em 1886 o primeiro cartaz impresso da era moderna, conhecido como

Valentino. Esse exemplar, para Abreu (2011), corresponde ao que compreendemos como cartaz na atualidade.

Foram os trabalhos desse artista que resultaram no desenvolvimento da técnica litográfica, que possibilitou a produção de cartazes em grandes formatos, para serem visualizados à distância, representando, assim, os primeiros outdoors. Também na França, além de Chéret, Alphonse Mucha e Henri de Toulouse-Lautrec produziram cartazes, o que deu à França o título de pioneira na propaganda visual no século XIX. Na mesma época, nos Estados Unidos, J. H. Bufford e L. Prang destacaram-se como designers gráficos e se dedicaram à produção cartazista, conforme Abreu (2011).

Já no século seguinte, esclarece Abreu (2011) que “o cartaz atingiu um importante papel para a propaganda no século XX, tornando-se a principal mídia de divulgação das transformações sociais que antecederam a II Guerra Mundial, por seu alto grau de impacto e de provocação do interesse do público” (ABREU, 2011, p. 11). Observa esse estudioso que o cartaz, nesse novo século, torna-se alvo das empresas, que passaram a utilizá-lo em suas propagandas, acreditando que essa era a melhor maneira de escoar a excessiva produção das máquinas das indústrias, tornando-se a nova forma de comunicação da era industrial da época. Além dessa utilização em gêneros comerciais dos cartazes pelas empresas, eles passaram a ser visados pelos políticos para servirem como divulgadores das ideias políticas e governamentais do momento e, assim, esse suporte começa a albergar outros gêneros e se destinar aos mais variados fins, porém, sempre influenciado pelo contexto social, como observamos nas palavras de Abreu (2011).

O cartaz transformou-se na medida em que a sociedade também se modificou. Mais texto, menos imagem; mais imagem, menos texto. Mais cores, imagens monocromáticas, apresentações all type, explosão de cores, enfim, sua estética foi adaptando-se às necessidades do público e das mensagens a serem transmitidas e buscou referências estéticas nos movimentos artísticos de sua época (ABREU, 2011, p. 14).

Em Fonseca (1995), Abreu (2011) encontrou que o cartaz também foi um importante divulgador do cinema, sendo essa a razão do surgimento da expressão “filme em cartaz” (grifos nossos). E em suas considerações, o autor estudado explica que o cartaz, apesar da convivência com outras mídias, como a televisão e a internet, mantém-se na linha de produção das campanhas publicitárias, principalmente, na divulgação de eventos ou de campanhas governamentais e de saúde pública, sendo relevante no convencimento do público. E, apesar de inicialmente esse suporte ter servido a fins publicitários comerciais, o seu

contributo em relação ao domínio das questões sociais e ambientais vêm aumentando consideravelmente e é nesse sentido de publicidade na esfera social que estudamos o cartaz como suporte ao gênero investigado nesta pesquisa.

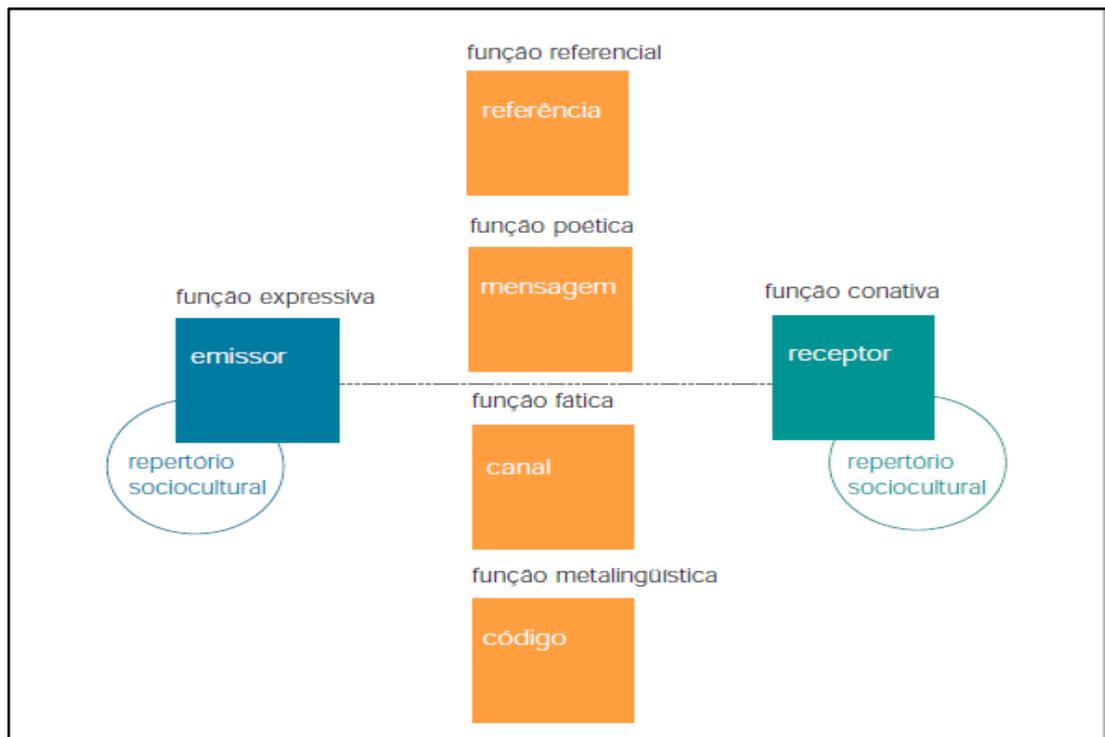
De acordo com Carvalho (2008), no Brasil, assim como na Europa, o cartaz inicialmente servia para publicar pequenos anúncios, que eram produzidos na cor preta, com algumas ilustrações e impressos pelo processo tipográfico, servindo ao seu propósito inicial. E os primeiros cartazes produzidos no âmbito social foram direcionados a campanhas educativas voltadas para os efeitos das doenças infectuosas. A partir de então, os cartazes passaram a ser utilizados como uma ferramenta de persuasão social, por suportarem gêneros que tinham como finalidade a melhoria da saúde pública, apelando para a conscientização das pessoas e exigindo que elas mudassem seus hábitos. Em nosso país as primeiras campanhas socioeducativas foram feitas por Oswaldo Cruz no Rio de Janeiro no ano de 1903 sobre o combate à febre amarela, estendendo-se depois a outras causas.

A princípio, o cartaz era produzido por publicitários, mas as manifestações culturais, que aconteceram em São Paulo a partir da década de 1950 foram de grande relevância para a implementação do design como profissão. Esse fator foi de grande importância para a produção de cartazes, influenciando na criação do IAC (Instituto de Arte Contemporânea), em 1952, que formou os primeiros designers brasileiros. Foi nessa década que o cartaz integrou-se ao marketing e começou a ser elaborado por designers (CARVALHO, 2008, p. 57). Acrescenta essa pesquisadora que na década de 1990, no evento “30 maneiras de dizer não à Aids”, realizado em São Paulo, designers produziram um conjunto de cartazes utilizando a linguagem visual, com o objetivo de chamar a atenção dos jovens acerca das doenças infecciosas.

Na visão de Carvalho (2008), o cartaz é uma mídia bidimensional com a finalidade de estabelecer um diálogo de efeito como o observador a fim de que ele possa reagir à mensagem trazida por ele numa fração de segundo do seu olhar. Mas, para que esse objetivo seja atingido, a pesquisadora argumenta que mensagens complexas são trabalhadas por meio de um processo de redução, condensação e destilação daquilo que é realmente necessário, resultando numa simplicidade expressiva, que provoca a reflexão do leitor. Nesse ponto, a imagem desempenha papel fundamental, pois, como afirma Carvalho (2008), ela é polissêmica, podendo significar muito mais do que a parte verbal, que tem significado monossêmico ou limitado. Essa é a razão que leva à redução do verbal e o aumento da porção imagética, foco das nossas investigações, em vista de estarmos analisando o encapsulamento imagético. A relevância da imagem traduzida no gênero sustentado no cartaz é tão

significativa que Carvalho (2008), tendo como base Nojima (1999), apresenta em seu trabalho um quadro onde ele adapta o processo de comunicação da linguagem visual ao modelo de comunicação verbal de Jakobson. No quadro descrito abaixo, podemos observar como essa relação foi estabelecida.

Quadro 4 – Funções da linguagem visual



Fonte: (CARVALHO, 2008, p. 68)

Carvalho (2008) explica que a função expressiva define a relação entre a mensagem e a sua elaboração pelo emissor, marcada por suas intenções e sentimentos. A função referencial estabelece uma relação entre a imagem e o objeto a que ela se refere. Já a função poética privilegia a combinatória de signos (imagens, cores, texto), objetivando um resultado atraente. A função fática objetiva manter a relação entre os interlocutores, definindo a relação entre emissor e canal, com a finalidade de captar a atenção do receptor. A metalinguística, centrada no código, tem caráter explicativo e facilita a compreensão do conteúdo da mensagem. E a conativa, que se centra no receptor, refere-se à projeção do enunciado pelo destinatário, através do vocativo e do imperativo, que são as “palavras de ordem” (grifos da autora), como se refere a autora.

É observado por ela, ainda, o fato de que os repertórios socioculturais do emissor e do receptor nem sempre são comuns, portanto, para a comunicação se concretizar é necessário

que o designer trabalhe o domínio semântico da comunicação, selecionando signos específicos para a construção da mensagem. Partindo dessa ideia, conclui a pesquisadora que:

Para facilitar a assimilação das informações, a linguagem visual deverá ser capaz de atingir um público bem amplo e considerar questões tais como diferentes níveis de alfabetização, modos de vida e singularidades culturais e regionais. Faz-se necessário, também, a compreensão de que o destinatário é um ser psicológico, cuja percepção ou integração de uma mensagem, poderá leva-lo ou não a uma ação esperada (CARVALHO, 2008, p. 70).

No pensamento da referida autora, o designer deve ser cuidadoso ao elaborar uma mensagem, tendo em vista a diversidade cultural do público leitor, em especial se ela for criada para integrar um gênero que vise à persuasão, como ocorre com as campanhas socioeducativas investigadas neste estudo. No caso desse gênero, deve ser levada em consideração a linguagem visual, por esta estabelecer um diálogo instantâneo com o público leitor ao ser exposta em um cartaz. Além disso, o cartaz é um suporte que se expõe a todos os leitores, independente de qualquer situação, seja ela de nível econômico, social ou escolar. E quando a mensagem se referir ao gênero campanha socioeducativa, esse cuidado deve ser ainda maior, pois esse gênero estende-se à comunidade de um modo geral, sem especificação de público.

Em relação ao âmbito da atividade social do cartaz e do papel que ele desempenha nesse cenário, Balonas (2011) afirma que a publicidade social desenvolveu-se à medida que o marketing social e a responsabilidade social das empresas começaram a crescer no cenário mundial. E, com isso, como explica essa pesquisadora, a partir da década de 1990, a publicidade alargou o seu campo de trabalho, passando a servir às mais diversas instituições. Nesse contexto, argumenta-se, ainda, que a publicidade vem assumindo um papel social e direcionando seu foco a temas que refletem as questões do nosso tempo, como o problema da fome, a defesa das minorias, a denúncia da violência, as questões ambientais, dentre outros. Ainda acrescenta que as técnicas de criação e produção de conteúdos, que eram tradicionalmente aplicadas à publicidade comercial, são agora utilizadas visando ao estímulo da consciência social dos indivíduos e à criação de novos hábitos. As mensagens a esse respeito visam a atenuar a comodidade individual e a mudar atitudes e comportamentos, servindo aos interesses da sociedade. Conforme a autora, “através de um discurso perturbador, apela-se à denúncia, dramatiza-se, enfim, recorre-se a uma linguagem persuasiva e dissonante” (BALONAS, 2011, p. 25), sendo que, quem mais recorre a esses tipos de publicações, para essa pesquisadora, são as instituições que lidam com os dramas da

humanidade e as empresas que se associam a causas sociais, sendo que estas se ligam à defesa dessas causas, mas sempre com finalidades empresariais e lucrativas por trás das suas campanhas.

Balonas (2011) corrobora o pensamento de Lipovetsky (1989), para quem a publicidade está se mobilizando cada vez mais para suscitar uma tomada de consciência dos cidadãos diante dos problemas sociais contemporâneos, no intuito de modificar os comportamentos destes e as suas inclinações ao álcool, às drogas, à alta velocidade nas estradas. A pesquisadora defende a ideia de que o cartaz, no alargamento do comercial para o social, “ao nível da construção do discurso publicitário, as técnicas utilizadas para promover produtos e marcas são agora aplicadas para promover ideias, defender causas e influenciar comportamentos sociais” (Ibid., 2011, p. 27).

Nesse contexto, Balonas (2011) explica que a publicidade de carácter social é uma ferramenta utilizada pelo marketing e o marketing social. Essa expressão surgiu nos Estados Unidos, em 1971 e atualmente representa uma tecnologia de gestão do processo de transformação social. Dessa forma, passou-se, então à existência de dois tipos de marketing, o comercial com fins lucrativos e o social, comprometido com as causas humanitárias, sendo comum o apoio de empresas a essas causas, o que dá origem a outro tipo de publicidade, a de carácter social, como retrata Balonas (2011). Partindo dos argumentos da autora, podemos identificar três tipos de publicidades: a comercial, que visa apenas ao lucro e ao incentivo do consumo; a de carácter social, apoiada por empresas e visando ao lucro, mas comprometida com problemas sociais e a social, que objetiva apenas a causa em si mesma e não a marca ou o produto através da causa. Neste estudo, investigamos o gênero campanha socioeducativa, que se liga tanto à publicidade de carácter social quanto à exclusivamente social.

Em relação ao tipo de publicidade de carácter social, Balonas (2011) faz referência à boa imagem que as empresas procuram passar para o consumidor. Hoje, conforme essa pesquisadora, não basta as empresas manterem uma produção de qualidade e uma prestação de serviços inovadores, com preços competitivos, é necessário que elas mantenham a credibilidade diante dos consumidores e, por isso, é preciso que se portem corretamente diante da sociedade. Para Balonas (2011), a responsabilidade social “é um exercício da cidadania corporativa. Instituições e empresas procuram transmitir uma imagem ética e moral na expectativa de, futuramente, serem beneficiadas” (p. 35).

Observamos, diante dos pontos descritos até aqui, que a publicidade voltada para o compromisso social utiliza-se de técnicas persuasivas, objetivando mudar o comportamento de seu leitor e levá-lo a uma ação. Nesse sentido, esse tipo de publicidade se difere dos

demais por praticar um serviço de cidadania gratuito, ou seja, sem fins lucrativos e visando ao bem comum. Esse é um dos tipos de publicidade usados nas campanhas que analisamos nesta pesquisa, aquele que se destina ao público leitor, procurando convencê-lo a mudar de atitude e tomar consciência dos problemas que envolvem a sociedade na atualidade, agindo corretamente diante deles. Nesse interim, a campanha socioeducativa busca divulgar os valores que defende, por isso procura sensibilizar a comunidade envolvida, convencendo-a a aderir à campanha, participando ativamente desta.

Em relação ao que foi discutido até aqui, ainda precisamos esclarecer alguns pontos acerca do gênero analisado ao longo deste estudo, assim como também a respeito do papel que a imagem representa na construção dos argumentos deste. Portanto, após elencarmos os aspectos necessários sobre as implicações que envolvem o cartaz como suporte ao gênero campanha socioeducativa e a sua atividade diante das causas sociais, daremos seguimento discernindo sobre o argumento visual em campanhas socioeducativas, saberes tratados no próximo tópico.

3.3 O Argumento Visual no Gênero Campanha Socioeducativa

No contexto social pós-moderno em que vivemos, constantemente somos instigados pelo marketing social a tomarmos consciência dos problemas sociais com os quais convivemos em nosso dia a dia. Tendo em vista isso, um dos meios mais utilizados para convencer a população a mudar os seus maus hábitos ou a aderir a uma ideia é por meio de campanhas socioeducativas. Esse gênero tem como objetivo atenuar tais problemas, principalmente, aqueles relacionados às questões de higiene, cuidados com o planeta, saúde pública, trabalho, educação, habitação, trânsito, alimentação saudável, dentre outros.

O marketing usado em campanhas socioeducativas é uma estratégia que visa promover uma causa ou ideia veiculada a uma questão social. Mas, para atingir esse objetivo, na elaboração de uma campanha social, como já é sabido, é feito o uso de uma linguagem concisa e coerente. Além disso, são utilizados elementos imagéticos com a intenção de atrair mais a atenção do leitor ou até mesmo chocá-lo.

Em decorrência disso, antes de lançarmos mão do estudo acerca da função que a imagem exerce no gênero investigado, é importante lembrarmos que as campanhas socioeducativas estão vinculadas ao texto publicitário, como já explicado. Contudo, nós vamos direcionar os nossos interesses apenas à publicidade social e à de caráter social, pois

entendemos que o gênero campanha socioeducativa faz parte do processo social. Dessa forma, entender a força persuasiva da imagem nesse gênero é indispensável nesta pesquisa.

Mas, antes de nos aprofundarmos nesse assunto, é necessário darmos alguns esclarecimentos acerca da publicidade que, muitas vezes, é confundida com a propaganda e, como vamos trabalhar com campanhas publicitárias sociais e de caráter social nesta pesquisa, é importante entendermos as diferenças entre essas duas situações. Para esclarecermos sobre o equívoco que gira em torno dos termos, apoiamo-nos em Sá (2014). Para essa estudiosa, alguns autores fazem a distinção entre publicidade e propaganda, sendo que a publicidade é usada no sentido de divulgar, tornar público algo, com a finalidade de despertar o interesse do leitor para algum tema. Já a propaganda, refere-se a propagar, multiplicar, estender ideia.

Intentando a isso, vale lembrar, como já explicado, que foi no século XIX que a publicidade foi utilizada com fins comerciais, sendo estendida depois às ações de causas sociais. Em nosso estudo, vamos adotar o termo publicidade a fim de enquadrar o gênero aqui investigado. Para sermos mais claros e, embasados em Bezerra (2017), vamos nos referir à campanha socioeducativa como um gênero pertencente ao discurso publicitário, que utiliza o cartaz como suporte.

Conforme explica Bezerra (2017), as atividades profissionais caracterizam-se pela construção e circulação de gêneros peculiares a essa atividade, portanto, a publicidade alberga vários gêneros publicitários ligados à atividade publicitária, fazendo parte, no entanto, da esfera discursiva. É nesse sentido que lançamos mão de usar o termo, como pertencente ao domínio discursivo. Por conseguinte, entendemos que o gênero analisado ao longo desta pesquisa pertence ao domínio discursivo publicitário e pode estar vinculado tanto à publicidade social, quando à de caráter de social.

Essa questão comprova a relevância de estudos como este, que se propõe a discutir acerca da função da imagem na condução argumentativa do gênero campanha socioeducativa. No desenvolvimento deste estudo, partimos da ideia de que a capacidade de argumentação não é exclusiva dos elementos linguísticos, mas que os elementos não verbais, em particular os imagéticos, também têm força argumentativa. Embasamos o nosso pensamento em Mateus (2016), pois ele considera que:

A dimensão visual não é apenas ilustração da verbalização da forma argumentativa. Pelo contrário, a própria forma argumentativa pode ser desenvolvida visualmente. Por outras palavras, e de acordo com esta perspectiva, o argumento pode ser dotado de uma estrutura sintáctica intrinsecamente visual (MATEUS, 2016, p. 4).

No pensamento de Mateus (2016), na argumentação visual há uma bifurcação conceitual, não ausente de ambiguidades, em que podem ocorrer duas possibilidades interpretativas, uma percebida por argumentos transmitidos através de imagens e a outra com argumentos expressos visualmente. No caso das campanhas socioeducativas em estudo neste trabalho, o autor considera que o argumento é formado em um ambiente simbólico híbrido, onde ocorre a presença de elementos imagéticos e verbais. Ao passo que esse autor admite que os argumentos possam ocorrer tanto na dimensão linguística quanto na imagética, ele se fundamenta em Birdsell e Groarke (2007) e corrobora o pensamento destes de considerar que os argumentos visuais podem ser compreendidos e analisados através dos elementos clássicos da retórica (*ethos*, *pathos* e *logos*). Ideia com a qual concordamos, pois acreditamos que a porção imagética das campanhas socioeducativas faz parte da construção argumentativa.

Podemos comprovar esse pensamento através do seguinte exemplo, no qual salientamos que a imagem da criança fala com o leitor, exercendo mais efeito persuasivo e causando maior influência no interlocutor do que os elementos verbais. Podemos, com isso, assegurar que sem a imagem o cartaz não causaria o mesmo impacto nem convenceria tanto quanto ele o faz com a ajuda da imagem. Dessarte, entendemos que os elementos verbais e os não verbais imbicam-se para completar a mensagem das campanhas socioeducativas sendo, portanto, elementos fundamentais no processo argumentativo.

Figura 3 – Cartaz (3): Campanha socioeducativa sobre violência sexual contra crianças e adolescentes



Fonte: <http://gazetaweb.globo.com/portal/noticia/2017/05/campanha-alerta-pais-contr-a-exploracao-sexual-de-criancas-e-adolescentes_32771.php>

Conforme alega o autor, assim como os significados visuais e verbais não são necessariamente equivalentes, as imagens e as palavras não transmitem rigorosamente os mesmos significados. A imagem do cartaz, por exemplo, corresponde a um pedido de socorro, feito ao leitor através do olhar assustado da criança, ao passo que os elementos verbais conduzem para uma informação. Isto posto, entendemos que os aspectos verbais e os não verbais do exemplar completam a argumentação, sendo, portanto, fundamentais nesse processo. No que concerne às imagens:

Elas podem eventualmente articular-se com a palavra ao ponto de imagem e palavra criarem uma forma argumentativa poderosa que sintetiza a autenticidade do visual com o raciocínio crítico da linguagem verbal. Este papel não é secundário. Ainda que a imagem, tendencialmente, não tenda a argumentar por si só, ela é um poderoso aliado da argumentação discursiva (MATEUS, 2016, p. 8).

As imagens para esse autor representam argumentos visuais e as proposições verbais encontram-se implícitas na porção imagética, sendo representadas por um conjunto de símbolos e gerando, com isso, a persuasão. Mateus (2016) esclarece que no argumento visual existem elementos persuasivos que concorrem para fortalecer o argumento verbal. Ele frisa que existe no argumento visual a possibilidade da sua verbalização, visto que ele assume proposições discursivas implícitas nas proposições visuais. Esse aspecto sustenta a ideia do autor de que os argumentos visuais possuem uma natureza verbal.

Em suas palavras, as “imagens gozam de um poder evocativo que as palavras não alcançam... e é esta natureza proposicional que nos autoriza a falar em argumento visual” (MATEUS, 2016, p. 15). Dito assim, ele reforça que a imagem e a palavra cruzam-se, mesmo quando diante de imagens compostas apenas por proposições visuais. Conquanto, o argumento visual ou pictórico, conforme conclui, não substitui o argumento verbal. Como anteriormente dito, acreditamos que os aspetos imagéticos e verbais sobrepõem-se para compor o argumento.

Esclarecidos os pontos e as questões levantadas neste capítulo em relação ao papel do cartaz como uma das principais mídias veiculadoras de problemas sociais, principalmente das campanhas socioeducativas que analisamos neste estudo, por suas mensagens curtas e diretas, passaremos agora ao capítulo que corresponde à metodologia que utilizamos neste trabalho, seguida da análise do *corpus* constituído para a nossa investigação.

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, faremos a apresentação dos passos metodológicos que perseguimos neste estudo para realizarmos as nossas análises e a discussão dos resultados obtidos. Com base nas teorias da referenciação e da argumentação assumidas em nossos construtos, mostramos de que forma ocorre o processo referencial do encapsulamento imagético na construção da argumentação nos textos verbo-imagéticos. A descrição aqui apresentada propõe uma compreensão em relação à edificação dos argumentos em cartazes de campanhas socioeducativas. E, sob a visão teórica das técnicas argumentativas de Perelman e Tyteca (2005), analisamos como os elementos verbais e imagéticos se integram na composição desse processo, obedecendo aos seguintes procedimentos metodológicos.

4.1 Procedimentos Metodológicos

O propósito deste tópico consiste em apresentarmos os passos metodológicos adotados para a realização da pesquisa que empreendemos. Para isso, optamos por organizá-lo em cinco partes, sendo elas: procedimentos metodológicos; constituição do *corpus*, caracterização da pesquisa; procedimentos de análises e análise dos dados.

Na primeira parte, que corresponde aos procedimentos metodológicos, traçamos os passos retóricos que norteiam o nosso estudo. Na segunda, correspondente à constituição do *corpus*, realizamos uma descrição do *corpus* e do método adotado em nossas análises. A terceira parte faz referência à caracterização da pesquisa, momento em que esclarecemos as razões que nos levaram a realizá-la. Nos procedimentos de análises, que correspondem à quarta parte deste capítulo, caracterizamos os procedimentos adotados por nós para aplicar o referencial teórico e realizar a testagem das hipóteses que propomos. E, por fim, a análise propriamente dita dos dados coletados, etapa em que encontramos indícios para a validação da hipótese assumida neste estudo.

Tomamos como modelo para a construção da nossa metodologia, o trabalho desenvolvido por Sá (2014). E, para chegarmos às análises das imagens presentes no *corpus* desta pesquisa, composto por nove cartazes de campanhas socioeducativas, conforme descrição particularizada encontrada no próximo tópico, elegemos as teorias da referenciação e da argumentação, assumidas em nossos construtos, para mostrarmos de que forma ocorre o processo referencial do encapsulamento na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos.

4.2 Constituição do *Corpus*

O *corpus* constituído para este estudo é composto por nove cartazes de campanhas socioeducativas realizadas no Brasil, envolvendo temas como conscientização ambiental, trânsito, assédio moral, tabagismo, queimadas, machismo e doação de sangue. Grande parte das campanhas é institucional e de utilidade pública, sendo a maioria delas vinculada a órgãos governamentais como o Conselho Nacional de Trânsito (Contran), o Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), o Ministério da Saúde, o Ministério da Justiça e o Governo Federal. Os exemplares, portanto, foram selecionados em sites da internet, tendo como critério único apenas a presença de expressões encapsuladoras em sua constituição. É importante esclarecermos que chamamos de campanhas socioeducativas aquelas sem fins lucrativos e nomeamos de campanha de carácter social as que são patrocinadas por empresas e visam fins lucrativos.

Na sistematização do *corpus*, optamos em organizá-lo por uma sequência numérica dentro de cada temática abordada, obedecendo aos seguintes termos:

Figura 4 – cartaz (4): campanha socioeducativa “Minha escolha faz a diferença no trânsito”

Figura 5 – cartaz (5): campanha socioeducativa de incentivo ao respeito pelo ciclista no trânsito

Figura 6 – cartaz (6): campanha socioeducativa de carácter social sobre segurança no trânsito

Figura 7 – cartaz (7): campanha de carácter social contra o comércio ilegal de animais silvestres

Figura 8 – cartaz (8): campanha socioeducativa contra o assédio moral

Figura 9 – cartaz (9): campanha socioeducativa de carácter social contra o tabagismo

Figura 10 – cartaz (10): campanha socioeducativa “Fogueiras, apague essa ideia!”

Figura 11 – cartaz (11): campanha socioeducativa contra a violência sexual

Figura 12 – cartaz (12): campanha socioeducativa “Ajude a tirar o hemocentro da reserva. Doe sangue”

Tendo em vista o objetivo deste trabalho de investigação acerca do encapsulamento imagético, escolhemos trabalhar com cartaz de campanhas socioeducativas por estes serem bastante ricos em suas estruturas multimodais, o que viabiliza as análises pretendidas para

chegarmos aos objetivos propostos, e porque nesse gênero campanha socioeducativa, a construção da argumentação visa persuadir o interlocutor através da imposição do ponto de vista do enunciador.

Dessa forma, a escolha por campanhas socioeducativas deu-se a partir da nossa observação de que nesse gênero a imagem desempenha um importante papel no convencimento do auditório, portanto é usada como recurso persuasivo, ou seja, ela faz parte da construção dos argumentos. Além do forte apelo que ela representa, pode ainda ser usada como expressão encapsuladora. São essas duas funções que investigamos nesse gênero. O que estamos propondo neste estudo é, portanto, mostrar que o mesmo fenômeno de encapsulamento recorrente em textos verbais pode ser identificado em textos verbo-imagéticos, sendo que, nesse caso, a porção encapsulada é a imagem ou a imagem em conjunção com a semiose verbal.

Outro aspecto relevante na escolha do gênero é o fato de que os cartazes de campanhas socioeducativas oferecerem um amplo universo investigativo, o que viabilizou as nossas análises, tendo em vista que neles é muito comum a ocorrência do fenômeno que investigamos neste trabalho e cujas características apresentamos a seguir.

4.3 Caracterização da Pesquisa

Esta pesquisa surgiu após diversas leituras a respeito dos processos referenciais, tendo em vista que, nos estudos anteriores, sempre foram alvo das investigações os textos verbais. Portanto, diante da lacuna que observamos em relação a esse aspecto, surgiu o interesse de aprofundarmos os estudos sobre um dos processos da referenciação, tendo como foco os textos verbo-imagéticos. Diante do exposto, propomo-nos investigar o processo referencial do encapsulamento na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos.

Nesse sentido, a nossa pesquisa, em relação aos objetivos, é exploratória, por ter se baseado em levantamentos bibliográficos e análise de exemplos sobre o tema. Quanto à abordagem, é de cunho qualitativo, pois, na visão de Prodanov e Freitas (2013, p.70), essa abordagem assume uma conotação de profunda interação entre o pesquisador e o seu objeto de estudo. Conforme eles, a abordagem qualitativa:

[...] considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa (2013, p. 70).

Os aspectos subjetivos dos agentes envolvidos nesta pesquisa serviram como objeto de análise para os resultados aos quais chegamos, já que, corroborando o pensamento dos autores, a subjetividade é um dado importante no gênero estudado, pois nele há esse forte vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a intencionalidade do sujeito que elabora a campanha socioeducativa. Em relação à natureza da pesquisa, este trabalho é bibliográfico por ser elaborado a partir de material já publicado, em que descrevemos os dados coletados, retratando o maior número possível dos elementos encontrados no fenômeno estudado.

Nesse contexto, estabelecemos um diálogo entre a perspectiva da referenciação e as teorias da argumentação, tendo em vista que ambas desempenham importante papel no gênero em questão, uma vez que, na construção desse tipo de texto, há uma marca predominante da persuasão. E, por se tratar de um gênero que visa ao convencimento do leitor, ele se caracteriza pelo uso de uma linguagem objetiva e direta, com o intuito de chamar mais a atenção do interlocutor. Esse aspecto foi um fator decisivo na escolha pelas campanhas socioeducativas, cujos procedimentos de análises serão discutidos na próxima subseção deste capítulo.

4.4 Procedimentos de Análise

Nossa análise se pauta em duas bases teóricas: a da Referenciação e a da Argumentação. Reiteramos que o nosso propósito é investigar o processo referencial do encapsulamento na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos de cartazes de campanhas socioeducativas escolhidos para compor o *corpus* desta pesquisa. Para isso, na fase inicial deste estudo fizemos a revisão da bibliografia, através de várias leituras da literatura já existente sobre o tema, em variados suportes teóricos. Foi nessa fase que identificamos a lacuna existente nos trabalhos já divulgados que tratam dessa questão. Esse fato foi de extrema importância, pois a partir dessa observação passamos a investigar o que aqui nos propomos. Ou seja, discutir como o encapsulamento imagético ajuda na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos.

Após o levantamento bibliográfico, partimos para a escolha das duas teorias que nos serviriam de base, sendo elas a da argumentação na Nova Retórica, representada pelos teóricos Perelman e Tychka (2005) e a da referenciação, representada, dentre outros, por Mondada & Dubois (2003), Koch (2004), Custódio Filho (2011), Cavalcante (2010, 2012) e

Lima (2017). Esse primeiro momento decorreu entre o segundo semestre de 2017 e o primeiro de 2018. Em seguida, passamos à escolha dos exemplares que comporiam o *corpus* da nossa pesquisa e iniciamos a coleta dos dados em diversos sites na internet, período ocorrido no primeiro semestre de 2018.

Depois de coletados os exemplares, nos quais a construção da argumentação dependa do encapsulamento imagético, identificamos em nossas análises de que forma o encapsulamento acontece em textos verbo-imagéticos e qual é a função desse encapsulamento na organização dos argumentos nesses textos. A partir daí, analisamos o processo referencial do encapsulamento na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos, levando em consideração que, no gênero investigado, as imagens podem funcionar com uma porção textual a ser encapsulada. Essa etapa foi construída no segundo semestre de 2018 e obedeceu aos seguintes passos: i) Apresentação e descrição da composição multimodal dos cartazes; ii) Identificação e análise das expressões encapsuladoras conforme os seguintes critérios: encapsulamento imagético indiciado pela imagem; encapsulamento imagético indiciado pela imagem em conjunto com enunciado verbal; e iii) Descrição e análise das expressões encapsuladoras na construção do propósito comunicativo do gênero analisado com base no Tratado da Argumentação

Essa etapa da pesquisa foi de extrema relevância para constatar a validação das hipóteses levantadas de que o encapsulamento pode ser feito de uma porção textual imagética, e não apenas de uma porção textual verbal e a de que esse tipo de encapsulamento auxilia na construção da argumentação no gênero analisado neste estudo. Após esses esclarecimentos passamos às análises, que compreendem à próxima fase desta pesquisa.

4.5 Análises dos Cartazes de Campanhas Socioeducativas

Após definidos os procedimentos de análise que nortearam as investigações no *corpus* constituído para este estudo, passamos à análise propriamente dita dos dados, começando pelo cartaz (4), apresentado na sequência.

Figura 4 – Cartaz (4): Campanha Socioeducativa “Minha Escolha Faz a diferença no Trânsito”



Fonte: https://acontecendoaqui.com.br/sites/default/files/styles/full_content/public/campanha-de-combate-a-violencia-no-transito.

O cartaz em questão faz parte de uma das campanhas educativas de trânsito criadas pelo governo para o ano de 2017, publicada no Diário Oficial da União. O objetivo do Conselho Nacional de Trânsito (Contran) para esse ano foi lançar todo mês uma nova campanha educativa abordando diferentes focos e o tema principal dessa ação governamental foi: “Minha escolha faz a diferença no trânsito”.

A composição estrutural desse cartaz é feita através dos dois modos semióticos: o verbal e o não verbal, a exemplo dos demais cartazes que serão analisados nesta seção. E o nosso maior foco de atenção se volta para a semiótica não verbal, visto que o fenômeno por nós investigado tem relação com essa forma de linguagem. Dessa modo, os componentes semióticos desse exemplar representam uma estratégia utilizada pelo seu produtor, para levar os interlocutores a construir o sentido da mensagem. E o objetivo da campanha é convencer a população a mudar de comportamento, a partir da tese de que quem atende o celular enquanto dirige pode causar um acidente de trânsito trágico. E, para reforçar essa tese, o produtor utiliza a porção imagética, representada por um veículo envolvido em um acidente com vítima fatal e a porção verbal, composta pelos enunciados de advertência: “Atendeu o celular e desligou a vida” e “Evite cenas como essa. Respeite as leis de trânsito”.

Nesse cartaz, encontramos o que propomos chamar de encapsulamento imagético, homologado pelo enunciado “Evite cenas como essa”. No entanto, a porção textual que essa expressão sumariza encontra-se no modo imagético e não no modo verbal, como vem sendo

apresentado em diversos trabalhos que investigam esse fenômeno. Sendo assim, a expressão encapsuladora “cenas como essa” retoma a porção imagética de um acidente de trânsito, comprovando, portanto, a ocorrência de encapsulamento defendida por Lima (2017). Porém, mesmo se tratando de um caso em que o fenômeno referencial se encontra no modo imagético, não podemos desconsiderar os enunciados verbais: “Atendeu o celular e desligou a vida” e “Evite cenas como essa. Respeite as leis de trânsito”, como partes integrantes da construção dos sentidos do texto. Entendemos que, nesse caso, as porções verbais referidas também devam compor o cenário que está sendo resumido pela expressão encapsuladora. Essa possibilidade nos faz entender que a categoria conjecturada pode envolver somente a imagem ou a imagem em conjunto com um enunciado verbal, como identificado nesse cartaz. No caso em exposição, com apenas o uso do modo imagético não seria possível os interlocutores construir sentido e, conseqüentemente, a campanha não atingiria o objetivo pretendido. Dessa forma, no cartaz (4) as duas semioses são imprescindíveis, tendo em vista que elas se integram na construção do sentido do texto.

O outro aspecto analisado por nós neste estudo é a forma como esse tipo de encapsulamento ajuda na construção da argumentação, que no exemplo da figura (4) está sendo reforçada pela imagem encapsulada. Embora, não seja do nosso interesse fazermos uma análise minuciosa de todas as técnicas argumentativas do Tratado da Argumentação, não podemos deixar de elencar a importância delas para o gênero investigado, dessa forma, pretendemos apenas mostrar os tipos de argumentos que predominam no *corpus* analisado.

Para essa análise, apoiamo-nos na Nova Retórica e na concepção da argumentação como uma atividade interativa em que o produtor objetiva persuadir o seu interlocutor através de estratégias que defendam a sua opinião. Conforme estudado no capítulo 2, essas estratégias correspondem às técnicas argumentativas, divididas no Tratado da Argumentação em quatro grupos de argumentos, sendo eles: argumentos quase-lógicos; argumentos baseados na estrutura do real; argumentos que fundamentam a estrutura do real e dissociação de noções. Salientamos que nem todos esses tipos de argumentos são encontrados no *corpus* estudado, já que eles variam de gênero para gênero.

De acordo com Perelman e Tyteca (2005), o que caracteriza o primeiro grupo dos argumentos, os quase-lógicos, é o fato de eles se compararem a raciocínios formais, lógicos ou matemáticos. Dentre as técnicas argumentativas desse primeiro grupo, identificamos no exemplar em estudo a presença dos argumentos de contradição e incompatibilidade, pois, como postulado pela Nova Retórica, a contradição ocorre entre duas proposições e pressupõe um formalismo ou, pelo menos, um sistema de noções. Já a incompatibilidade é sempre

relativa a situações contingentes, sejam elas geradas pelas leis da natureza ou pela vontade humana e impõe uma escolha, o que permite a retorsão, ou seja, devolver o argumento do adversário mostrando que, na verdade, esse é aplicável contra ele mesmo (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 224).

Assim sendo, o cartaz da figura (4) apresenta ao interlocutor a noção de que existem pessoas que atendem o celular enquanto dirige, inferida pela porção verbal “Atendeu o celular e desligou a vida”, em que o produtor afirma essa tese. Dessa forma, a contradição se justifica pelas expressões verbais “atendeu” e “desligou”, sendo que a expressão encapsuladora “cenas como essa” ajuda a construir esse argumento ao retomar a imagem do acidente de trânsito, confirmando a alegação de que se atender o celular, desligará a vida. Já a incompatibilidade se dá pelo fato de o locutor apresentar duas asserções que geram incompatibilidade: atender o celular e desligar a vida. Diante dessas certezas, o auditório pode fazer a sua opção, o que caracteriza esse tipo de argumento. Comprovamos, assim, que a expressão encapsuladora “cenas como essa” faz parte de uma orientação argumentativa construída através das técnicas da contradição e da incompatibilidade.

Em relação à argumentação pela divisão de informações no cartaz analisado, observamos que a tese defendida está dividida entre os enunciados verbais e a imagem, que se fundem para compor o sentido global do texto. Portanto, a condução argumentativa através da divisão de informações converge para o que Perelman e Tyteca (2005) defendem acerca do todo como a soma de suas partes, reforçadas no cartaz através da imagem e da expressão que a encapsula.

Também é possível observarmos no modelo analisado a presença do argumento por comparação, já que, conforme Perelman e Tyteca (2005), esse grupo de argumentos é fulcral no processo argumentativo por possibilitar avaliar um aspecto em relação a outro e fazer a escolha pela melhor opção. A imagem do cartaz ao ser encapsulada reforça a avaliação, pois o produtor da campanha induz o interlocutor a avaliar as duas situações a partir da imagem, comparando-as para fazer a sua escolha.

Em relação aos argumentos por probabilidades, Perelman e Tyteca (2005, p. 292) ressaltam que a argumentação quase-lógica pelo provável ocorre quando há avaliações baseadas na importância dos acontecimentos e na probabilidade do aparecimento deles. Na campanha socioeducativa analisada, o locutor procura persuadir o seu auditório baseado na probabilidade matemática de que acontecem acidentes de trânsito quando se atende o celular dirigindo. E, mesmo não estando explícita essa informação, ela pode ser inferida através da

retomada da imagem, comprovando que o encapsulamento imagético contribui para a construção dos argumentos por probabilidade, visto que a figura do carro mostra essa certeza.

O segundo grupo de argumentos da Nova Retórica são os argumentos baseados na estrutura do real, que conforme seus estudiosos, têm como característica a própria realidade social, por estabelecer uma ligação entre o real e os juízos admitidos ou que se busca admitir. Para essas técnicas são apresentados dois subgrupos de argumentos: as relações de sucessão, caracterizadas por relacionar um fenômeno às suas consequências e as relações de coexistência, que se caracterizam por unir uma pessoa aos seus atos.

Relacionado aos argumentos provenientes das relações de sucessão, Perelman e Tyteca (2005) apresentam uma variedade de possibilidades, dentre as quais o vínculo com o causal representa um papel muito importante no gênero estudado, pois a argumentação se constrói em cima da busca de causas, determinando com isso, os seus efeitos. No caso desse exemplar, o acontecimento, representado pelo acidente trágico, ocorre a partir dos aspectos que o envolve: atender o celular e dirigir. E, conforme Sá (2014), de acordo com o aspecto mais enfatizado dessa relação de causa e efeito - o acidente - é que vários argumentos se originam, como por exemplo, o argumento do fim pelos meios, presente na amostra analisada. Esse argumento é observado quando o locutor procura enfatizar os efeitos causados pelo uso do celular quando se dirige. Dessa forma, identificamos nesse cartaz o importante papel do encapsulamento imagético na construção do argumento pelo vínculo causal.

No segundo tipo de relações dos argumentos baseados na estrutura do real, na amostra foi observado a presença do argumento pela autoridade, uma vez que se trata de uma campanha organizada pelo governo, através do Contran. Embora o fenômeno investigado neste trabalho não colabore na construção desse tipo de argumento, no caso desse cartaz, não podemos deixar de mencionar essa estratégia, pois ela é de grande relevância no convencimento do auditório, por gerar nele confiabilidade.

O próximo grupo de argumentos são os que fundamentam a estrutura do real. Nesse grupo, os argumentos partem de uma realidade para estabelecer comparações e podem se fundamentar, conforme Sá (2014), de duas maneiras: pelo recurso do caso particular, em que se encontram os argumentos pelos exemplos, ilustrações, modelo/antimodelo e pelo recurso do raciocínio por analogia. De acordo com os precursores da Nova Retórica, o exemplo é incumbido de fundamentar uma regra e a ilustração, de reforçar a adesão a uma

regra conhecida e aceita, devendo impressionar vivamente a imaginação, aspecto muito pertinente no gênero investigado por nós. Chegamos ao consenso, portanto, que o exemplo, como regra incontestável a ser seguida, e a ilustração como um recurso que reforça a adesão a essa regra, encontram-se em todos os exemplares do nosso *corpus*, dado que neles as imagens encapsuladas são usadas no intuito de reforçar a argumentação e conseguir a adesão do auditório, o que também constitui uma característica do gênero analisado.

Temos, então, em nossas amostras nove casos de regras fundamentadas através do exemplo e reforçadas pelo uso de imagens, que ilustram e reforçam a adesão a essas regras. Assim, também, acontece com o modelo, em que a argumentação serve de inspiração aos comportamentos e apresenta um caso a ser imitado e com o antimodelo, que traz um ensinamento que deve ser evitado. Essas situações estão presentes nos outros textos analisados na sequência, pois em todos eles encontramos ocasiões em que o locutor procura mostrar um comportamento a ser seguido, assim como um que deve ser evitado. Nesse sentido, todos os argumentos do caso particular foram encontrados no *corpus* investigado.

O segundo subgrupo de argumentos que fundamentam a estrutura do real é a analogia, que pode vir acompanhada da metáfora quando em uma comparação ocorrer transferência de sentido. Para Sá (2014), a metáfora está a serviço da construção dos sentidos do texto publicitário e, conforme Perelman e Tyteca (2005), ela serve de ponto de partida para um argumento que se estabelece como um fato e transporta o sentido de uma palavra para outro sentido. No modelo em estudo, observamos um caso de metáfora homologado pela expressão verbal “desligou a vida”, que está sendo o ponto de partida para o argumento de que atender o celular na direção leva à morte, e esse enunciado verbal teve seu sentido alterado, confirmando um caso de metáfora, segundo os protagonistas da Nova Retórica.

O último grupo das técnicas argumentativas analisado são os argumentos por dissociação das noções, que se mostram relevantes nos cartazes de campanhas socioeducativas. Esses argumentos se caracterizam por romper pares hierarquizados de conceitos já consagrados e têm como objetivo fazer com que os fatos mudem de parecer ou finalidade. Além disso, o remanejamento dos dados conceituais que serve de fundamento para a argumentação provoca um rompimento das noções de pares hierarquizados. O exemplo clássico desse modelo de argumento apresentado pelos representantes da Nova Retórica é o par aparência/realidade, porém, no exemplo em análise, não identificamos esse grupo de argumentos, já que a noção de que há pessoas que conversam ao celular enquanto

dirigem não é dissociada, mas sim reforçada pela imagem. Ficou comprovado, portanto, que o encapsulamento imagético exerce função importante na construção da argumentação nesse cartaz, como constatado pela análise.

O próximo cartaz que dá sequência às nossas investigações é de caráter social, pois não foi realizado com fins lucrativos, mas se trata de uma campanha de iniciativa voluntária, realizada pela agência Getz Comunicação, para incentivar e estimular a convivência pacífica entre motoristas e ciclistas no trânsito. O lema da campanha é “Ciclista Legal” e seus idealizadores buscam promover a educação e o respeito através de conceitos ligados ao relacionamento entre os casais. A divulgação da campanha foi feita em redes sociais, sites, cartazes, panfletos, adesivos e em um “movie action” – ação promocional de divulgação em sinaleiros de grande circulação da cidade de Curitiba.

Figura 5 – Cartaz (5): Campanha socioeducativa de incentivo ao respeito pelo ciclista no trânsito



Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/ir-e-vir-de-bike/campanha-vai-incentivar-respeito-a-ciclistas-no-transito/>

Em se tratando da composição semiótica do cartaz da figura (5), podemos observar que ele é formado pelas semioses verbal e imagética, porém, o fenômeno de investigação deste estudo encontra-se apenas no modo imagético. Os elementos não verbais dentro do texto estão representados pelas imagens da bicicleta, do coração e do carro e os verbais são expressos pelos enunciados: “Apoie essa relação” e “Ciclista legal”. Ambas as semioses são importantes na construção do sentido desse texto, já que todos os recursos semióticos utilizados na elaboração

do cartaz convergem para esse fim. Entendemos, no entanto, que a multimodalidade não pode ser desconsiderada em nossa amostra, em razão de que ela se integra aos demais recursos para formar a unidade textual. Tal pensamento tem como base Elias (2016), que entende a multimodalidade como inerente a toda manifestação linguística, principalmente, quando se trata da orientação argumentativa que se deseja imprimir em um texto.

Com relação ao encapsulamento imagético detectado nesse exemplar, ele é composto pela expressão referencial “Apoie essa relação”, em que a expressão encapsuladora “essa relação” retoma a porção imagética de uma bicicleta, de um carro e de um coração, comprovando novamente a ocorrência do fenômeno do encapsulamento imagético no referido cartaz. Além disso, esse processo referencial está diretamente ligado à edificação da argumentação usada para convencer o leitor. Diferentemente do exemplo anterior, em que o encapsulamento fazia referência aos modos verbal e imagético, nesse cartaz identificamos um exemplo claro de encapsulamento imagético indicado apenas por signos não verbais, já que é somente a porção imagética que está sendo recuperada pela expressão encapsuladora verificada. Nesse sentido, fica nítida a existência das duas formas de ocorrência desse fenômeno textual, como já explicado.

Tratando dos tipos de argumentos identificados no exemplo em estudo, referentes aos argumentos quase-lógicos, anunciamos que o encapsulamento da imagem serve de apoio à construção do argumento por comparação, visto que o produtor da campanha, através da imagem retomada, está estabelecendo uma equivalência entre a bicicleta e o carro que, no caso em questão, estão sendo comparados a um casal envolvido em um relacionamento amoroso. Tendo em vista isso, por meio dessa estratégia argumentativa, é aplicada a tese de que entre os dois veículos deve haver uma relação de amor, que é reforçada pela imagem do coração entre os dois veículos. Com isso, o interlocutor interpreta que os condutores de ambos os transportes têm os mesmos direitos e precisam se respeitar, assim como deve ocorrer em um relacionamento.

Quanto aos argumentos baseados na estrutura do real, que se apoiam nas experiências, podemos identificar, no exemplo, o uso das ligações simbólicas, dado que o locutor utiliza a figura do coração, tido como símbolo do amor, para causar maior impacto no leitor. Essa técnica compreende o símbolo e o que ele evoca, acarretando, com isso, uma transferência entre eles, como foi percebido na amostra. Nesse contexto, averiguamos que o processo referencial do encapsulamento está ajudando a construir essa estratégia argumentativa ao empacotar a imagem representativa do símbolo.

O terceiro grupo de argumentos, que compreende aos argumentos que fundamentam a estrutura do real, referentes ao caso particular, como já verificado no cartaz (4), foi encontrado, também, nesse exemplo em estudo. E no caso da campanha do cartaz (5), também foi identificada a técnica argumentativa da analogia, recurso que estabelece uma relação de semelhança entre duas entidades distintas. No cartaz em exposição, essas entidades estão representadas pelo trânsito e pelo relacionamento entre casais, apresentadas de forma análoga pelo orador.

O último grupo de argumentos, denominado de dissociação das noções, não foi visualizados no cartaz em questão. Porém, essa técnica argumentativa se faz presente no exemplar que será analisado a seguir.

Por conseguinte, consideramos que no cartaz (5) o encapsulamento imagético colabora significativamente na realização das estratégias argumentativas utilizadas pelo produtor da campanha, como analisado por nós.

Figura 6 – Cartaz (6): Campanha socioeducativa de caráter social sobre segurança no trânsito



Fonte: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2015/11/campanha-sobre-seguranca-no-transito-alerta-sobre-preconceito-4906144.html>>

A campanha ora examinada foi um projeto apoiado pela Renault, criada por dois estudantes de publicidade da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de Porto Alegre, em 2015. Os seus elaboradores se apoiaram no tema da homofobia para falar sobre a

importância de usar o cinto de segurança, alertando tanto para a segurança no trânsito quanto para o preconceito. Dessa forma, os alunos chamam a atenção para um descuido comum de segurança no trânsito. Essa campanha, por se tratar de uma ação sem fins lucrativos, mas patrocinada por uma empresa privada – a Renault – enquadra-se na categoria de caráter social.

Tratando das semioses que compõem o texto, mais uma vez estamos diante de um caso em que a semiose linguística e a não linguística se integram formando a unidade textual. Temos, então, a representação imagética formada por dois rapazes em um carro, sendo que um deles está ao volante usando o cinto de segurança e o outro encontra-se com a cabeça no ombro do motorista, porém, sem o cinto de segurança. Eles estão representando uma cena comum do dia a dia entre casais de gêneros opostos, mas eles formam um casal homossexual. Esse aspecto é significativo para desfazer uma possível ambiguidade correspondente à parte linguística do texto, composta pelo questionamento: “Até quando você vai aceitar isso?”. Essa pergunta pode levar o interlocutor a pensar que se trata de uma ação preconceituosa, todavia, a imagem do cartaz o leva à comprovação de que, na verdade, o tema central abordado pela campanha é a segurança no trânsito e não a homofobia, embora essa abordagem seja uma das intenções do produtor do cartaz. Esse aspecto pode ser comprovado através da opção do orador por um casal homossexual no lugar de um heterossexual.

Diante do fenômeno do encapsulamento em análise nesse exemplar, evidenciamos mais um caso em que a ocorrência deste é unicamente imagética, visto que a expressão encapsuladora “isso” está sumarizando uma porção imagética que evoca a falta do uso do cinto de segurança por um dos rapazes que forma o casal. Dado o exposto, reafirmamos a possibilidade de ocorrência das duas formas de encapsulamento imagético. Mesmo conscientes da importância da imagem para o gênero investigado, no caso do cartaz em exposição, a porção verbal é, igualmente, de suma importância para a compreensão da mensagem, tendo em vista que ela desfaz o duplo sentido que a imagem pode transmitir, visto que os elementos verbais podem direcionar-se a duas interpretações: uma relacionada ao tema do preconceito e a outra ao de segurança no trânsito.

Ao direcionarmos nosso olhar para o uso das técnicas argumentativas, foi identificada, com relação aos argumentos quase-lógicos, a presença da contradição, dado que uma das características desse tipo de argumento é pressupor um formalismo ou um sistema de noções. Por conseguinte, a noção apresentada pela imagem é a de que o cinto de segurança deve ser usado para evitar acidentes, mas existem pessoas que não o utilizam, o que contradiz a tese defendida. Outro ponto salientado pela imagem é a situação contingente, que impõe ao interlocutor uma opção, ou seja, ele pode escolher entre usar o cinto ou não, sendo assim, ocorre

o que os precursores da Nova Retórica chamam de incompatibilidade. Reiteramos que o modo verbal “isso”, na função de encapsulador, aumenta o efeito do argumento usado pelo orador, confirmando a relevância do encapsulamento imagético na construção dos processos argumentativos.

Em relação aos argumentos baseados na estrutura do real, constatamos o vínculo pelo causal, relacionado às relações de sucessão, ao notarmos que a argumentação se constrói em cima da busca do que causa o problema e do que determina os seus efeitos, no caso, a causa do acidente é a falta do cinto de segurança e seu efeito é provocar acidentes. Quanto às relações de coexistência, não identificamos o argumento pela autoridade, mas observamos o que Perelman e Tyteca (2005) chamam de técnica de travagem, oposta ao argumento pela autoridade, em que o preconceito é usado para limitar a proporção dos atos da vítima. Na amostra analisada, essa estratégia foi utilizada pelo orador, a fim de mostrar ao seu auditório que uma cena comum entre casais heterossexuais pode ocorrer entre casais homossexuais, ou seja, não se limita àqueles.

Analisando o terceiro grupo de argumentos, confirmamos a presença destes também neste exemplar, caso demonstrado pela ilustração do casal, que serve de antimodelo aos demais casais pelo fato de o carona não usar o cinto de segurança e não por se tratar de um casal do mesmo sexo. A analogia pode ser percebida quando o orador apresenta ao auditório uma relação de semelhança entre um casal homossexual e um heterossexual, demonstrando a similitude entre ambos. No processo de construção desse argumento, o encapsulamento da imagem, através da expressão encapsuladora “isso”, desempenha importante função, pois ele direciona a interpretação do interlocutor, levando-o a conscientização de que a falta do uso do cinto de segurança pode causar acidentes de trânsito.

Os argumentos por dissociação de noções foram uma estratégia utilizada pelo locutor, com o intuito de dissociar a noção, já estabelecida, de que a troca de carinho entre casais só ocorre entre o par homem e mulher. Nesse exemplo, o produtor do cartaz desfaz essa noção, apresentando uma imagem em que casais do mesmo sexo estão envolvidos em uma cena cotidiana, provocando, como isso, uma redefinição de conceitos.

O próximo cartaz faz parte de uma campanha socioeducativa feita em 2011 pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e os Centros de Triagem de Animais Silvestres (Cetas), centros gerenciados pelo próprio IBAMA ou por outras instituições, em sistema de parceria. O objetivo desta campanha foi conscientizar a população acerca do tráfico ilegal de animais silvestres, comum em nosso país. E, para isso, esses órgãos governamentais fazem um apelo através de um pedido de denúncia. De acordo

com a Lei nº 5.197/67, os animais silvestres são propriedade do Estado, portanto o comércio destes constitui um crime.

Figura 7 – Cartaz (7): Campanha socioeducativa contra o comércio ilegal de animais silvestres



Fonte: <http://muralanimal.blogspot.com.br>

A composição imagética do cartaz (7) traz um animal silvestre, no caso, um macaco enjaulado. A imagem choca o interlocutor, pelo fato de o animal estar soltando um grito de socorro. A composição verbal é feita pelas expressões: “Isto acontece porque você compra”, acima da imagem e “Denuncie o comércio ilegal de animais silvestres”. Além dessas expressões imperativas, aliam-se à composição textual, o número do telefone, localizado abaixo do componente linguístico “linha verde”, seguidos pelos nomes dos órgãos responsáveis pela campanha: Cetas, Ibama, Ministério do Meio Ambiente e Governo Federal. Todos esses elementos unem-se para compor a mensagem do texto, além de servirem como recurso argumentativo. Logo, a composição multimodal desse cartaz utiliza as semioses verbal e não verbal.

O encapsulamento imagético identificado nesse cartaz está presente no enunciado “Isto acontece porque você compra”, sendo que a expressão verbal “isto” está exercendo a função de encapsulamento imagético. No caso desse exemplar, observamos que o encapsulamento, homologado pela expressão encapsuladora “isto”, está fazendo referência a uma imagem que se encontra após o enunciado que a precede, demonstrando que esse fenômeno pode empacotar tanto uma imagem que precede o seu enunciado, quanto uma que o sucede. Portanto, comprovamos a nossa ideia de que o encapsulamento pode ocorrer em textos verbo-imagéticos,

conservando as mesmas características dos textos verbais. Mas, mesmo o exemplar tratando do encapsulamento apenas da imagem, não podemos desconsiderar a relevância da variação cromática apresentada por ele, representada através da expressão linguística “você” na cor vermelha, sinalizando um alerta ao responsável pelo crime.

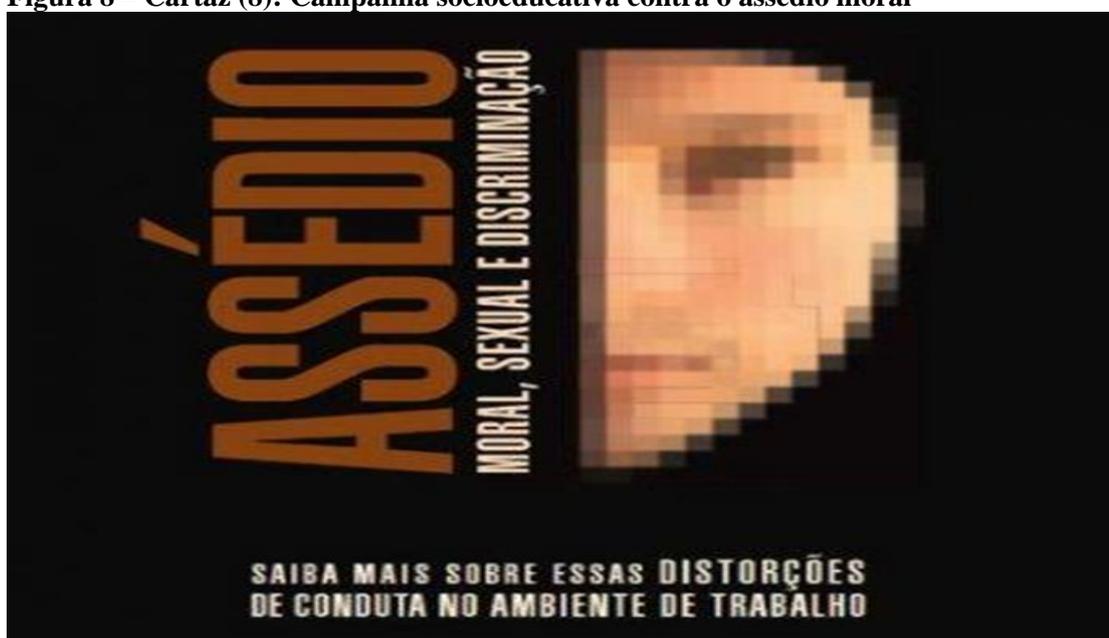
Das técnicas argumentativas identificadas no exemplar em análise, ligadas aos argumentos quase-lógicos, reconhecemos a presença dos argumentos pela contradição e incompatibilidade. Observamos que o locutor apresenta no cartaz uma realidade, a de que existem pessoas que compram animais silvestres, o que se comprova pelo enunciado “Isto acontece porque você compra”, e propõe uma tese oposta a essa realidade: parar de comparar esses animais, denunciando o crime. A incompatibilidade se dá pelo fato de ser apresentada ao leitor a possibilidade de opção entre as duas asserções incompatíveis: a de denunciar ou não o comércio ilegal desses animais. O encapsulamento da imagem do cartaz contribui na arquitetura desses argumentos, pois reforça a tese defendida na campanha.

Em relação aos argumentos baseados na estrutura do real examinados no cartaz, observamos a ocorrência das relações de sucessão, porque é possível descobrir a causa que determina o problema, ou seja, o crime é causado por quem compra esses animais. Isso é observado através do enunciado verbal “Isto acontece porque você compra”. Em vista disso, o interlocutor é levado a interpretar que, se não houvesse a compra dos animais, o crime não ocorreria. Esse fato tem como consequência os maus tratos e até a morte desses animais durante o seu transporte, aspectos que caracterizam as relações de sucessão. Nas relações de coexistência, destaca-se o argumento pela autoridade, considerando que o orador se utiliza de órgãos governamentais para reforçar a tese defendida e conseguir a adesão através da credibilidade do auditório. Nesse tipo de estratégia argumentativa, mesmo sabendo que a referência aos órgãos federais faz parte da composição textual do cartaz, o encapsulamento não interfere.

Quanto aos argumentos que fundamentam a estrutura do real, identificamos o de caso particular pelo exemplo, ilustração, modelo/antimodelo, pois o orador passa a ideia de que as pessoas que não compram ilegalmente os animais servem de exemplo aos que praticam esse crime, que por sua vez representam um antimodelo àqueles, e a ilustração vem como um reforço para essa tese. Nesse aspecto, o encapsulamento é fulcral e influencia diretamente na construção desses modelos argumentativos ao recuperar a imagem que está reforçando a problemática apresentada pelo orador. Nessa análise, destacamos a ausência do quarto grupo de argumentos, a dissociação de noções, já que nesse exemplar é apresentado um fato comprovado e inquestionável.

O cartaz seguinte faz parte de uma campanha socioeducativa realizada pela Ouvidoria do Ministério Público Federal (MPF), lançada no dia 2 de maio, Dia Nacional de Combate ao Assédio Moral, em 2017. Essa campanha tem como objetivo a prevenção e o combate ao assédio moral no ambiente de trabalho e, durante todo o mês de campanha, a instituição promoveu ações internas e nas redes sociais para conscientizar membros, servidores, terceirizados, estagiários e a população em geral sobre como identificar esse problema e o que fazer para prevenir ou denunciar a sua prática. A partir dessa ação governamental, foi elaborada a cartilha “Assédio Moral, Sexual e Discriminação”, desenvolvida pela Ouvidoria em parceria com o Comitê Gestor de Gênero e Raça (CGGR) do MPF, que foi distribuída para servidores, membros, estagiários, terceirizados, visitantes e se encontra disponível no site do MPF.

Figura 8 – Cartaz (8): Campanha socioeducativa contra o assédio moral



Fonte: <http://intranet.mpf.mp.br/areas-tematicas/equidade> e <http://www.pgr.mpf.br/para-ocidadao/ouvidoria>.

Na composição multimodal do cartaz da figura 8, observamos que as semioses verbal e imagética possuem um determinado potencial comunicativo que foi bastante explorado pelo enunciador e a imagem selecionada cumpre a função de tornar o texto mais esclarecedor. Porém, mesmo com a presença da imagem, a mensagem verbal desse texto torna-se indispensável para que o sentido dele seja construído pelo interlocutor e o objetivo da campanha seja atingido.

É importante complementarmos que as variações cromáticas e tipográficas utilizadas na amostra são de extrema relevância, pois, conforme descrito por Elias (2016), elas também assumem papel argumentativo. Podemos confirmar esse aspecto ao observarmos quando o

produtor do cartaz optou em usar a cor da expressão referencial “Assédio” relacionando-a ao termo “discriminação”, compondo o sentido que se deseja imprimir, ou seja, o da discriminação por causa da cor.

O encapsulamento imagético encontra-se homologado pela expressão encapsuladora “essas distorções”, presente no enunciado “Saiba mais sobre essas distorções de conduta no ambiente de trabalho”. Nesse caso, esta capsula tanto a imagem de um rosto distorcido quanto o enunciado verbal “Assédio moral, sexual e discriminação”. Temos, portanto, mais um caso em que o encapsulamento imagético se dá em integração com a semiose verbal.

A construção dos argumentos através do encapsulamento imagético relativos aos argumentos quase-lógicos da contradição e da incompatibilidade não foram identificados nesse exemplar. Observamos isso ao percebermos que a estratégia argumentativa do enunciador do cartaz foi informar uma realidade ao seu interlocutor: a de que o assédio moral, sexual e a discriminação são distorções de conduta no ambiente de trabalho. A intenção foi apresentar ao leitor provas evidentes e incontestáveis desse problema. Desse modo, o cartaz não apresenta asserções contraditórias nem permite ao leitor a retorsão, descaracterizando, assim, os tipos de argumentos quase-lógicos.

Quanto à próxima técnica argumentativa, a dos argumentos baseados na estrutura do real, sob análise no cartaz, identificamos as relações de sucessão, pois o interlocutor coloca os problemas apresentados pela campanha - o assédio moral, sexual e a discriminação - em nível igual, ou seja, todos são distorções de condutas, o que caracteriza as relações de sucessão. Também podemos comprovar o argumento pela autoridade, referente às relações de coexistência, pois, embora não seja mencionado explicitamente, o produtor da campanha trata da orientação argumentativa recorrendo à autoridade da Lei, da Constituição, para fortalecer sua tese. É importante ressaltar ainda o convite feito ao leitor para este conhecer mais sobre o assunto e manifestar sua adesão à tese defendida, visto que todos defendem valores considerados universais pelo senso comum como a justiça, o direito e a verdade. Nesse sentido, o encapsulamento imagético serve para reforçar a teia argumentativa que vai sendo construída, ao encapsular a imagem de um rosto distorcido.

Novamente chamamos a atenção para o terceiro grupo de argumentos, os que se fundamentam a estrutura do real, em relação aos de caso particular – exemplo, ilustração e modelo/antimodelo – encontrados no texto sob exame. Por meio dessa técnica, o autor procura fortalecer a tese de que o assédio moral, sexual e a discriminação são distorções de conduta no trabalho, portanto, representam um antimodelo de comportamento, utilizando para tal fim a imagem encapsulada para ilustrar e reforçar essa tese.

Em relação ao recurso argumentativo referente às dissociações de noções, no caso deste cartaz em exame, não foi observado, já que, como explicado, ninguém vai contestar uma verdade, algo indiscutível.

O cartaz submetido à análise na sequência faz parte de uma campanha publicitária de caráter social, sobre o tema antitabagismo, organizada pela empresa UNIMED. É classificada como campanha de caráter social pelo fato de a empresa ter como objetivo a divulgação de sua marca e a aquisição de clientes, portanto, tem finalidades lucrativas, porém, apresenta compromisso com as causas sociais. Essas características a enquadram nesse padrão, como explicado no capítulo 3.

Figura 9 – Cartaz (9): Campanha socioeducativa de caráter social contra o tabagismo



Fonte: <http://www.cafecomgalo.com.br/25-anuncios-que-farao-voce-repensar-o-ato-de-fumar/>

Em sua composição multimodal, o cartaz da figura 9, apresenta uma clara relação de interdependência entre os modos verbal e imagético, visto que o enunciado “Você pode apagar isso da sua vida” não teria sentido completo sem a imagem do cigarro queimando e nem esta pode ser interpretada isolada dos elementos linguísticos necessários à construção de sentido.

Ao analisarmos a ocorrência de encapsulamento nesse cartaz, verificamos que ele é apenas imagético, uma vez que a expressão verbal “isso”, na função de encapsulamento, está retomando apenas o modo imagético, ou seja, a imagem do cigarro aceso. Salientamos ainda que neste exemplar, a exemplo dos demais, a expressão encapsuladora está conjugada com a imagem, o que vem reforçar a dependência entre essas duas semioses.

Em análise aos recursos argumentativos utilizados no cartaz em análise, destacamos que os argumentos da contradição e da incompatibilidade, pertencentes aos argumentos quase-lógicos, não foram utilizados na sua elaboração. Isso se dá pelo fato de a tese de que o cigarro destrói lentamente a vida não levar a uma incompatibilidade, sendo ela inquestionável por se tratar de um fato evidente. Porém, observamos o recurso da comparação ao inferirmos que o cigarro está sendo comparado à morte e o interlocutor é colocado diante de uma opção: viver, apagando o cigarro da sua vida, ou morrer, se não parar de fumar.

Ao analisarmos as ligações de sucessão e coexistência, relativas aos argumentos baseados na estrutura do real, pudemos constatar, no exemplar em questão, uma relação de causa e efeito, quando o locutor mostra o efeito que o cigarro causa na vida do fumante. Também visualizamos o argumento pela autoridade, à medida que a tese de que o uso do cigarro causa a morte, representado no cartaz pela expressão verbal “Você pode apagar isso da sua vida” e reforçada pela imagem encapsulada, merece confiança por partir de uma empresa que cuida da saúde e é conhecida em todo o país.

A técnica dos argumentos que fundamentam a estrutura do real, assim como nos demais textos que constituem o *corpus* em estudo, também é fortemente utilizada para convencer o interlocutor nesse cartaz. Assim sendo, estão presentes tanto as do tipo de caso particular quanto às por analogia. O recurso pelo exemplo, pertencente ao caso particular, é inferido pelo leitor a partir da noção que temos de que quem não fuma serve de exemplo aos viciados em cigarro, enquanto o fumante representa um antítipo à sociedade em geral. Tudo isso é reforçado pela ilustração, representada pela imagem encapsulada. A analogia é percebida através do confronto que se estabelece entre o tema (tabagismo) e as consequências dele (morte do fumante), comprovando que o fumo leva à morte.

A última técnica – dissociação de noções – não foi registrada no exemplar porque a campanha traz uma verdade incontestável, em que os conceitos estabelecidos permanecem sem alterações.

O próximo cartaz pertence a uma campanha socioeducativa referente à cultura de acender fogueiras durante as festas juninas. O intuito é conscientizar a sociedade sobre a importância de não acendê-las, mas sim adotar alternativas sustentáveis, sem prejuízo à beleza e à grandiosidade dessas festas tradicionais. Dessa maneira, a campanha sensibiliza os simpatizantes dessa tradição quanto aos riscos que essa prática traz às questões ambientais (incêndios, poluição do ar, destruição da vegetação, incentivo ao comércio ilegal de madeira, danificação da pavimentação e rede elétrica) e à saúde humana (queimaduras, problemas de respiração, dores de cabeça, irritação nos olhos...). A campanha foi realizada na cidade de Maceió, em junho de 2015 e divulgada no blog (www.ekonativa.blogspot.com) e em redes sociais.

Figura 10 – Cartaz (10): Campanha Socioeducativa “Fogueiras: Apague Essa Ideia!”



Fonte: <https://www.kickante.com.br/campanhas/fogueiras-apague-essa-ideia-0>

No cartaz da figura 10, as semioses verbal e imagética, presentes em sua constituição, são representadas, respectivamente, pelo enunciado verbal “Apague essa ideia” e pela imagem de uma fogueira queimando. Comprovamos, nesse exemplo, também, que esses dois modos semióticos se integram na construção dos sentidos do texto, em razão de que a exclusão de um compromete a interpretação global da mensagem constituída no texto.

Mas, mesmo o cartaz fazendo uso desses dois modos semióticos, o fenômeno referencial do encapsulamento que investigamos faz menção apenas ao modo imagético, comprovado através do uso da expressão verbal “essa ideia”, em que a expressão encapsuladora “essa” exerce a função de encapsulamento imagético, e nesse caso, retomando apenas o conteúdo que compreende a imagem de uma fogueira acesa.

Em observância aos recursos argumentativos utilizados na produção do cartaz, não identificamos a presença dos argumentos quase-lógicos da contradição e da incompatibilidade, visto que a tese defendida pela campanha não entra em contradição nem a imagem gera uma incompatibilidade.

Quanto aos argumentos baseados na estrutura do real, no que se refere às relações de sucessão, entendemos que as informações sobre os efeitos que as fogueiras causam ao meio ambiente já são muito divulgadas pela mídia, por isso o orador acredita que o auditório já tenha esse conhecimento, o que o levou a não dar essa informação. Provavelmente, por essa razão, o locutor deixa implícita a relação de causa e efeito desse problema, fazendo com que o interlocutor busque na sua memória esse conhecimento.

Com relação às relações de coexistência, o locutor poderia ter explorado a técnica do prestígio, argumentando em torno de que quem não adota a prática de acender fogueiras em festividades juninas faz uma ação que deve ser imitada. Da mesma forma, acontece com o argumento de autoridade, em que o enunciador do cartaz deveria ter se apoiado em órgãos governamentais como o IBAMA, para a campanha ganhar mais credibilidade e convencer o interlocutor, conquistando a adesão deste.

Nos argumentos que fundamentam a estrutura do real, também percebemos que se encontra implícita a informação de que quem não pratica a ação serve de modelo a quem pratica, assim como este serve de antimito à comunidade. Somente a ilustração, pertencente a esse grupo de argumentos, foi explorada de forma clara e explícita através da imagem encapsulada pela expressão “essa ideia”, cujo objetivo é reforçar a tese defendida. Também notamos a ausência das dissociações de noções, dado que a noção que se tem dos males causados ao meio ambiente pelas fogueiras é aceita e incontestável.

Através da análise desse cartaz, identificamos que a utilização das técnicas argumentativas ficou muito limitada, sendo estas, pouco exploradas. Foi observado, também, que algumas delas encontram-se implícitas, enquanto o produtor do cartaz poderia ter investido mais nesses construtos para obter um número maior de adesão em sua campanha. Isso nos leva a entender que quanto mais exploradas essas técnicas em um texto, mais ele fica convincente e induz à mudança de comportamento. Mas, compreendemos que a ocorrência

dessa limitação se deu pelo fato de o cartaz não ter sido publicado por uma instituição pública, aspecto também relevante na construção da argumentação e que influi consideravelmente no comportamento do auditório. Dessa forma, a técnica argumentativa da autoridade deve ser considerada fulcral na produção de cartazes de campanhas socioeducativas, assim como as demais, já que cada uma exerce função na construção global dos argumentos nesse gênero.

O penúltimo cartaz analisado neste trabalho faz parte de uma campanha voltada para o fim da violência sexual contra a mulher. A intitulada “Campanha pelo Fim do Assédio no Estágio e na Universidade” tem como finalidade dar visibilidade a casos de assédio (verbal, moral, físico, psicológico, sexual) e a outros tipos de violência que as mulheres sofrem em seus ambientes universitários e de trabalho, enquanto estudantes e estagiárias. Para esse fim, foi organizada e distribuída em maio de 2013 a cartilha “Dicionário da violência”, esclarecendo, através de conceitos, os vários tipos de violência a que as mulheres são sujeitadas, assim como informações sobre os endereços e os telefones para denúncias.

Figura 11 – Cartaz (11): Campanha Socioeducativa contra a Violência Sexual



Fonte: <https://campanhaxassedio.wordpress.com/glossario-da-violencia/>

Os recursos multimodais observados na produção do cartaz da figura 11 também se constituem pelas semioses verbal e imagética, como é o caso de todos os cartazes

analisados, aspecto já explicado anteriormente. Posto isso, a modalidade linguística foi organizada pelos enunciados “Isso não é sobre sexo” e “É sobre violência!” e a não verbal, pela imagem de uma calcinha sensual, na cor vermelha sobre uma poça de sangue. Atentamos, além desse aspecto, para a maneira como o recurso cromático, através da cor vermelha, foi explorado na intenção de chocar o leitor. Em nossa cultura, essa cor, na relação sexual, representa o sentimento de amor, paixão, energia e excitação, por significar uma cor quente. Ela está associada, ainda, ao poder, à guerra, ao perigo e à violência, simbolizando a chama que mantém vivo o desejo e a excitação sexual. Esse conhecimento, já consagrado socialmente, leva o interlocutor a associar a imagem da calcinha vermelha à sexualidade, independente dos recursos linguísticos. Porém, o uso desses recursos direcionam a interpretação do leitor para o sentido de que o assunto tratado não é o sexo, mas, é a violência praticada por meio dele.

Ao analisarmos o encapsulamento imagético, identificamos este indiciado pela imagem em conjunto com o enunciado verbal, uma vez que a expressão linguística “Isso não é sobre sexo”, apresenta a expressão encapsuladora “Isso” na função de encapsulamento imagético fazendo a retomada tanto da porção imagética da calcinha como da porção verbal “É sobre sexo”. Dessa forma, consideramos que o encapsulamento, no caso também desse cartaz, conjuga as duas semioses: verbal e imagética.

Quanto à investigação dos recursos argumentativos utilizados na elaboração do texto, identificamos os argumentos quase-lógicos, representados pelas técnicas da contradição e da incompatibilidade. Constatamos isso ao observarmos que a noção de sensualidade, representada pela calcinha vermelha, entra em contração com a noção de violência apresentada pelos enunciados verbais. Isso leva a uma incompatibilidade, estabelecida entre a imagem sedutora da calcinha e os enunciados linguísticos. Essa técnica foi gerada pela contradição da cor vermelha usada no cartaz que, ao mesmo tempo, representa excitação e violência. A construção dessas duas técnicas se deu por meio do encapsulamento da imagem, o que comprova a importância desse processo referencial na construção dos argumentos em campanhas socioeducativas.

Dentre os argumentos baseados na estrutura do real, que são norteados pelas convenções sociais, identificamos a relação de causa e efeito, pertencente às ligações de sucessão. Isso se dá pelo fato de o elaborador do cartaz explorar uma relação entre dois eventos consecutivos, em que um está ligado à sexualidade e o outro à violência, sendo que o segundo evento representa uma consequência do primeiro, caracterizando esse tipo de relações. Também salientamos as relações simbólicas utilizadas no cartaz da figura (11), ao

passo que o produtor deste, baseou-se na representação simbólica que a cor vermelha estabelece nas relações sexuais para reforçar os seus argumentos. Reiteramos que a imagem encapsulada pela expressão encapsuladora “isso” faz parte da construção desses argumentos, pois ela ajuda a chamar a atenção do leitor para o que causa o problema apresentado na campanha, por meio da simbologia cromática.

No que concerne aos argumentos que fundamentam a estrutura do real, detectamos a presença do argumento pelo caso particular ao ser explorada a ilustração para reforçar a ideia principal. Foi observada, ainda, implicitamente, a técnica do exemplo, representado por aqueles que não praticam a violência sexual, o que serve, ao mesmo tempo, de um modelo a ser seguido pela sociedade. E se há um modelo, existe um antimitelo que, no caso em questão, é representado pelas pessoas que adotam essa prática. Ainda relacionado a esses argumentos, destacamos, também, o recurso por analogia, tendo em vista que é estabelecida uma relação de semelhança com a cor vermelha, que nessa campanha está tanto se referindo ao sexo quanto à violência. O encapsulamento imagético, neste caso, está alicerçando a construção argumentativa desse grupo de argumentos, visto que a imagem fortalece os argumentos utilizados para convencer o público leitor.

Quanto ao último grupo de argumentos, referente à técnica da dissociação de noções, ficou entendido por nós que este foi um recurso usado pelo locutor, pois a noção já consagrada socialmente de que a cor vermelha e a calcinha sensual se referem à libido sexual, foi dissociada pelo fato de estas estarem sendo apresentadas dentro de um outro conceito: o de violência sexual, aspecto relevante recuperado pela expressão encapsuladora.

O último cartaz em exame faz parte de uma campanha socioeducativa lançada pelo Hemocentro da Unicamp com o lema: “Ajude a tirar o Hemocentro da reserva. Doe sangue”, em parceria com o Recap - Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo de Campinas. Essa iniciativa foi motivada pela queda no número de doações de sangue durante a Copa do Mundo de Futebol, em 2018. A campanha foi criada pela agência Arpejo, de Campinas, e divulgada através de banners e cartazes colocados nos postos de combustíveis da cidade.

Figura 12 – Cartaz (12): Campanha socioeducativa “ajude a tirar o hemocentro da reserva. Doe sangue”

ENTROU NA RESERVA?

A GENTE SABE MUITO BEM O QUE É ISSO.

O Hemocentro Campinas precisa de 6.700 bolsas de sangue por mês. Essa meta é muito desafiadora. No inverno, a quantidade de doações cai muito. Precisamos da sua ajuda.

Doe sangue.
Tire o Hemocentro da reserva.

HEMOCENTRO.UNICAMP.BR

recap

HEMOCENTRO CAMPINAS

UNICAMP

Fonte: <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2018/06/11/hemocentro-lanca-campanha-em-postos-de-combustiveis>

Os recursos multimodais foram bastante explorados pelos criadores do cartaz da figura (12), principalmente, no que se refere à utilização das cores. Dessa forma, o modo verbal e o modo imagético integram-se para formar a unidade textual. A porção imagética está representada pelo painel de um carro, mostrando o tanque de gasolina na reserva e a porção verbal foi formada pelos enunciados: “Entrou na reserva? A gente sabe muito bem o que é isso”. Além desses enunciados, encontramos a informação: “O Hemocentro Campinas precisa de 6.700 bolsas de sangue por mês. Essa meta é muito desafiadora. No inverno, a quantidade

de doadores cai muito. Precisamos da sua ajuda” e “Doe sangue. Tire o Hemocentro da reserva”. A partir do exposto, acreditamos que esses elementos se integram para construir o sentido pretendido pelo enunciador do cartaz. Porém, observamos que o elaborador da campanha utilizou, principalmente, a linguagem não verbal para apoiar a sua tese e fundamentar os argumentos.

O fenômeno textual de encapsulamento imagético, investigado neste estudo, ocorre envolvendo as duas semioses: verbal e não verbal, considerando que o enunciado verbal “A gente sabe muito bem o que é isso”, através do uso da expressão encapsuladora “isso”, está encapsulando tanto a porção imagética, quanto a porção verbal “Entrou na reserva? A gente sabe muito bem o que é isso”. Esse fato reitera o que já havíamos afirmado em relação ao fenômeno do encapsulamento ocorrer, apenas, imageticamente ou envolvendo mais de uma semiose.

Em análise à edificação dos argumentos no texto em exame, não visualizamos a presença dos argumentos quase-lógicos da contradição nem da incompatibilidade, julgando que a tese apresentada é um fato, uma constatação, e, portanto, não entra em contradição. Mas, dentro desse grupo de argumentos, identificamos a técnica da comparação, pelo fato de duas realidades estarem sendo comparadas: a do Hemocentro e a do carro, pois, sabe-se que ambos, ao entrarem na reserva, correm o risco de parar.

Em referência aos argumentos baseados na estrutura do real, foram constatados no exemplo as ligações de coexistência, identificadas pelo argumento da autoridade. Esse recurso foi homologado através do poder que o Hemocentro da Unicamp e o Recap têm diante da sociedade. Reconhecendo esse aspecto, o orador o utiliza, estrategicamente, para dar ao auditório maior confiabilidade. Também notificamos a presença das relações simbólicas exploradas pela cor vermelha, que no cartaz representa perigo, sinal de alerta. Com isso, reforçamos a ideia inicial de que o encapsulamento imagético ajuda a construir os argumentos no gênero investigado, tendo em vista que a expressão encapsuladora “isso” retoma a noção de perigo apresentada no cartaz, através da imagem recuperada do tanque na reserva.

Os argumentos que fundamentam a estrutura do real foram fortemente explorados neste cartaz. Quanto ao caso particular, o interlocutor pode inferir que, se ainda há reserva de sangue no Hemocentro é porque existem doadores, mesmo em número reduzido e a ação destes serve de exemplo à sociedade, como modelo a ser seguido por aqueles que não são doadores. Por conseguinte, estes representam um antimodelo à comunidade de doadores. Outro argumento bastante explorado no cartaz foi a ilustração, representada pelas imagens do tanque na reserva e da bolsa de sangue, que estão servindo de apoio para reforçar a tese

apresentada. Identificamos que, nesse grupo de argumentos, o processo referencial em análise é protagonista da arquitetura argumentativa.

O último grupo de argumentos, representados pela técnica das dissociações de noções, não foram registrados no exemplar em questão, pois não há o que contestar em relação ao problema apresentado.

Tendo em vista a análise dos processos de construção de sentidos dos cartazes constituintes de nosso *corpus*, é importante lembrarmos que reconhecemos a natureza multimodal explorada nas campanhas, porém, foge ao objetivo deste trabalho apresentar uma análise multimodal refinada do gênero em estudo. Ambicionamos, apenas, mostrar como esses recursos servem de base para o fenômeno investigado na construção do processo argumentativo no gênero analisado. Nossa proposta, portanto, foi investigar de que forma o encapsulamento imagético ajuda a construir a argumentação dos cartazes investigados.

Após consolidarmos as análises a que nos propomos neste estudo, passemos às nossas considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivamos neste estudo investigar o fenômeno do encapsulamento imagético, focalizando a sua composição e função argumentativa na construção do gênero cartaz de campanha socioeducativa, a partir das técnicas argumentativas da Nova Retórica. Portanto, investigamos, à luz de uma interface entre a perspectiva da referenciação e a teoria da Argumentação de Perelman e Tyteca (2005), o encapsulamento imagético na construção da argumentação em textos verbo-imagéticos.

Com os resultados alcançados ao término desta pesquisa, foi possível validar as hipóteses lançadas como foco de investigação, no que tange à possibilidade de o processo referencial de encapsulamento ocorrer, também, em textos verbo-imagéticos, assim como ocorre em textos verbais. Além disso, constatamos que esse processo de referenciação auxilia na construção dos argumentos, conforme hipotetizamos inicialmente.

Registramos nos cartazes de campanhas socioeducativas que constituíram o *corpus* desta pesquisa, que os elementos verbais sempre se apresentaram dependente dos elementos imagéticos, tendo em vista que aqueles foram alocados para facilitar e direcionar a leitura destes. Ficou evidente, ainda, que, nesse gênero, as cores e a disposição dos elementos que compõem o texto como um todo ganham relevo no processo de geração de sentidos. Isso nos serviu para comprovarmos que o modo imagético pode funcionar exercendo as mesmas funções do modo verbal, com relação ao tipo de encapsulamento investigado aqui.

Ademais, averiguamos uma interação entre os modos semióticos verbal e imagético, e até uma relação de dependência entre ambos, sendo que este apontava sempre para um termo linguístico, que se destacava na composição textual e, muitas vezes, desfazia possíveis ambiguidades, podendo ocorrer também o oposto. De fato, as duas semioses estiveram sempre dialogando no processo de construção do sentido do texto. Nesse sentido, verificamos que a expressão encapsuladora foi a responsável por engatilhar o processo referencial de identificação do elemento visual, posicionando-se como o referente que fazia a remissão do elemento imagético pelo processo referencial de encapsulamento.

Diante da observação dessa interação que existiu entre os recursos verbais e imagéticos, foi possível confirmar que o referente encapsulado pela expressão verbal não se apresenta exclusivamente na forma verbal, mas sucede, também, na forma imagética ou, ainda, indicado pela imagem em conjunto com a porção verbal, fazendo com que ocorra a homologação desse fenômeno textual na forma imagética. Esse aspecto contraria os estudos

típicos sobre o encapsulamento, os quais, em sua maioria, restringiram-se a processos envolvendo, apenas, o modo semiótico verbal.

Reiteramos que os encapsulamentos imagéticos identificados nas análises serviram para validar a nossa primeira hipótese, assumida a partir de Lima (2017), de que uma expressão encapsuladora pode resumir uma porção textual imagética, e não apenas uma porção textual verbal, como vinha sendo apresentado em estudos anteriores.

Com as análises do *corpus* realizadas, ficou revelado que as imagens são de grande relevância na produção de sentidos no gênero cartaz de campanha socioeducativa e o encapsulamento destas tornou-se fundamental para a construção dos argumentos que irão convencer o interlocutor a aderir a uma campanha socioeducativa. Em todos os cartazes analisados, a compreensão dos enunciados e do texto como um todo ficou condicionada à interpretação das imagens, o que delegou a elas um caráter bastante significativo, no que tange à construção dos sentidos do texto esperados pelo enunciador.

A segunda hipótese deste trabalho, confirmada a partir dos pressupostos de Perelman e Tyteca (2005), revelou que os argumentos quase-lógicos, como os da contradição e da incompatibilidade se mostraram relevantes e ocupam posição de destaque na tessitura do gênero cartaz de campanha socioeducativa.

Ainda no que concerne à análise dos argumentos, podemos apontar que as campanhas socioeducativas utilizam, em sua maioria, o argumento dos fins e dos meios e o de autoridade, pertencentes ao grupo dos argumentos baseados na estrutura do real, para conquistar a credibilidade do auditório e ressaltar a causa e o efeito dos acontecimentos.

Quanto às ligações que fundamentam a estrutura do real, pertencentes ao terceiro grupo de argumentos, elas foram recorrentes em todo o *corpus* analisado. E o nosso estudo mostrou que o discurso publicitário utiliza-se da linguagem não verbal, principalmente, das imagens e das cores, para apoiar a argumentação e fundamentá-la, como no caso dos argumentos pelo exemplo, pela ilustração, pelo modelo e antimodelo, comuns em todos os exemplares.

Quanto aos argumentos por dissociação das noções, é importante mencionar que, nos cartazes de campanhas socioeducativas, essa técnica argumentativa é relevante, porém ela só foi usada para estabelecer o par, aparência/realidade, não sendo utilizada nos cartazes que apresentam fatos incontestáveis.

Constatamos que o uso das técnicas argumentativas são fulcrais para a campanha socioeducativa atingir uma provável adesão do auditório. Dessa forma, podemos perceber que quanto mais explorados os recursos argumentativos em um texto, mais ele fica atrativo e

induz à mudança de comportamento. É importante salientar que identificamos no *corpus*, com muita frequência, a interação entre os diversos argumentos e o conjunto de situações argumentativas, como defendem Perelman e Tyteca (2005).

Assim sendo, as análises empreendidas por nós neste trabalho permitiram observar que o texto verbo-imagético pode trazer consigo possibilidades de realização dos mais variados fenômenos referenciais, além do encapsulamento, pois tanto o modo verbal quanto o não verbal estão em constante relação de interdependência e interatividade. Nesse sentido, o elemento imagético no gênero analisado deixa de ter um caráter apenas ilustrativo para assumir uma posição de fundamental importância no processo de construção dos sentidos do texto.

Ficou claro, através das análises, que o processo referencial do encapsulamento necessita abarcar, também, os textos verbo-imagéticos, já que as expressões encapsuladoras nem sempre vão fazer remissão ao modo linguístico, mas podem retomar situações comunicativas na forma imagética ou conjugando ambas as formas. Portanto, o encapsulamento não pode restringir-se apenas a elementos linguísticos do texto. Nesse sentido, os elementos linguísticos devem ser vistos em integração com as demais semioses presentes no texto, e não apenas como elementos centrais no estudo da referenciação, como sempre foi priorizado, tendo em vista que eles podem se apresentar sob diversas formas semióticas.

Após elencados esses aspectos percebidos em nossas análises, esperamos que os resultados obtidos em conjunto com a gama de trabalhos citados na fundamentação teórica deste trabalho sirvam de motivação e ponto de partida para futuras pesquisas que queiram aprofundar-se nessa temática, acreditando ser este um caminho promissor para os estudos linguísticos atuais no campo da referenciação.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer. **Cartaz Publicitário**: um resgate histórico. VIII Encontro Nacional de História da Mídia, Unicentro, 2011.
- BALONAS, Sara. **Publicidade sem código de barras contributos para o conhecimento da publicidade a favor de causas sociais em Portugal**. Ribeirão: Húmus, 2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/14802>. Acesso em: 02 out. 2018.
- BEZERRA, B. G. **Gêneros no contexto brasileiro**: questões (meta) teóricas e conceituais. São Paulo: Parábola editorial, 2017.
- BISINOTO, Cynthia. **Socioeducação**: origem, significado e implicações para o atendimento socioeducativo. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 20, n. 4, p.575-585, out./dez.2015. Disponível em: <http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/PsicolEstud/article/view/28456/pdf>. Acesso em: 22 out. 2018.
- BONIFÁCIO, Carla Alecsandra de Melo; MACIEL, João Wandenberg Gonçalves. **Linguística Textual**. Disponível em: <http://www.file:///D:/Desktop/HIST%C3%93RIA%20DA%20LT.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2018.
- CAUDURO, Flávio Vinícius. **Semiótica e Semiologia**: contrastes. Porto Alegre, Porto Alegre, v. 5, n. 8. P. 89-95, nov. 1993.
- CARVALHO, Sônia Lidia Valentim de. **A Iconografia da AIDS**: um estudo comparativo da comunicação impressa na prevenção à Aids para o público adolescente no período de 1993 a 2007. Dissertação de mestrado, 2008. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26102010-104725/pt-br.php>. 2008. Acesso em: 19 out. 2018.
- CAVALCANTE, M. M. Expressões referenciais: uma proposta classificatória. **Cad. Est. Ling., Campinas, (44):105-118, Jan./Jun. 2003**.
- _____. **Os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2012.
- _____. **Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual**. ReVEL, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. [www.revel.inf.br].
- CAVALCANTE, M. M.; CUSTÓDIO FILHO, V. Revisitando o estatuto do texto. **Revista do GELNE**, Piauí, v.12, n.2, 2010.
- CAVALCANTE, M. M.; BRITO, Mariza Angélica Paiva. **Anáforas Encapsuladoras – traços peculiares aos rótulos**. *Rev. de Letras – Nº. 32 - Vol. (1) - jan./jun. 2013*
- CAVALCANTE, M. M. *et al.* Coerência e referenciação. *In*: MARQUESI, C. S.; PAULIUKONIS, A. L.; ELIAS, V. M (Org.). **Linguística Textual e ensino**. São Paulo: Contexto, 2017.
- CIULLA, Alena. **Os processos de referenciação e suas funções discursivas**: o universo literário dos contos. Tese de doutorado. UFC, 2008.

CONTE, Maria-Elisabeth. Encapsulamento Anafórico. *In: CAVALVANTE, Mônica Magalhães; RODRIGUES, Beranardete Biasi; CIULLA, Alena (Org.). Referenciação. Clássicos da Linguística.* São Paulo: Contexto, 2003.

CUSTÓDIO FILHO, V. **Múltiplos fatores, distintas interações:** esmiuçando o caráter heterogêneo da referenciação. Tese de doutorado UFVE, 2011.

DECANDIO, F. R.; NASCIMENTO, E. L. O gênero anúncio institucional de campanha comunitária como objeto de ensino de língua portuguesa e instrumento de socialização dos alunos do ensino médio público. *In: Anais do V Encontro Científico do Curso de Letras, Faculdade Paranaense - FACCAR, Rolândia, 2007.* Disponível em: Acesso em: 02 out. 2018.

DEMerval, Saviane. **Pedagogia Histórico-crítica:** primeiras aproximações. 11. ed. rev. Campinas, SP: Autores Associados, 2011.

ELIAS, Vanda Maria. **Estudos do texto, multimodalidade e argumentação:** perspectivas. *ReVEL*, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Disponível em: <<http://www.revel.inf.br>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

ELIAS, Vanda Maria; SILVA, Sandro Luis da. **Multimodalidade na escrita de artigos científicos:** aspectos teórico-analíticos e contribuições para o ensino. *Linha D'Água (Online)*, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 111-125, jan.-abril 2018.

ESTEVES, B. L. **Funções discursivas dos processos referenciais de encapsulamento em artigos de opinião.** Dissertação de mestrado UFCE, 2017.

FIORIN, Jose Luiz. **Argumentação.** São Paulo: Contexto, 2018.

FRANCIS, G. Rotulação do discurso: um aspecto da coesão lexical de grupos nominais. *In: CAVALVANTE, Mônica Magalhães; RODRIGUES, Beranardete Biasi; CIULLA, Alena (Org.). Referenciação. Clássicos da Linguística.* São Paulo: Contexto, 2003.

GRÁCIO, Rui Alexandre; MOSCA, Lineide Salvador. A importância da Nova Retórica para a compreensão de textos opinativos. *ReVEL*, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Disponível em: <<http://www.revel.inf.br>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

KOCH, I.G.V. **Introdução à linguística textual:** trajetória e grandes temas. S.P: Martins Fontes, 2004.

_____. **Desvendando os segredos do texto.** 6. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

KOCH, I. G. V., Cunha-Lima, M. L. A. Do cognitivismo ao sociocognitivismo. *In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (Orgs.). Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos.* 5 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

LIMA, S. M. C. de. **Referenciação e multimodalidade:** revisitando os processos de recategorização e encapsulamento. *Revista de Letras - Centro de Humanidades Universidade Federal do Ceará/UFCE*, 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/index.php/revletras>. Acesso em: 05 jan. 2018.

_____. **(Re)categorização metafórica e humor**: trabalhando a construção dos sentidos. Dissertação de mestrado UFCE, 2003.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **A questão do suporte dos gêneros textuais**, 2003. Disponível em <http://bbs.metalink.com.br>. Acesso em: 01 out. 2018.

MATEUS, Samuel. Pode uma imagem ser um argumento? **Revista Famecos** (Online). Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/75985735.pdf>. Acesso em: 26/10/2018

MONDADA, L.; DUBOIS, Danièle. Construção dos objetos de discurso e categorização: uma abordagem dos processos de referenciação. Tradução Mônica Magalhães Cavalcante. In: CAVALCANTE, M. M.; BIASI-RODRIGUES, B.; CIULLA e SILVA, A. (Org.). **Referenciação**. São Paulo: Contexto, 2003, p. 17-52.

PERELMAN, C. e TYTECA, L. O. **Tratado da argumentação**: A Nova Retórica. Tradução: Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PINTO, Rosalice Botelho Wakim Souza. Argumentação e persuasão em gêneros textuais. **EID & A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 9, p. 102-114, dez.2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SÁ, Jammara Oliveira Vasconcelos de. **Argumentação e processo referencial anafórico no anúncio publicitário de cosmético**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Ceará/UFC, 2014.

SANTOS, Terezinha Maria Barroso. **Construindo um modelo teórico e analítico do discurso argumentativo nas primeiras séries do ensino fundamental**: uma abordagem sociocognitiva e sociodiscursiva do texto de opinião. Tese de doutorado. PUC-Rio, 2005. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8049/8049_1.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2018.

SOUZA, Sueder. **Linguagem e cognição**: breve debate acerca da linguística textual sob perspectiva sociocognitiva da linguagem. *Linguagem*, São Carlos, v. 25 (1): 2016.

ZAVAM, A. São axiológicas as anáforas encapsuladoras? In: CAVALCANTE, Mônica Magalhães *et al.* **Texto e Discurso sob Múltiplos Olhares**: referenciação e outros domínios discursivos. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.