



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA

ARLY TENÓRIO RIJO DA SILVA LOPES DE FREITAS

**UMA LEITURA RETÓRICO-SEMIÓTICA DO GÊNERO CHARGE NO  
JORNALISMO IMPRESSO ALAGOANO**

MACEIÓ-AL  
2018

ARLY TENÓRIO RIJO DA SILVA LOPES DE FREITAS

**UMA LEITURA RETÓRICO-SEMIÓTICA DO GÊNERO CHARGE NO  
JORNALISMO IMPRESSO ALAGOANO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Linguística, na área de concentração **Estudos Textuais: Oralidade, Leitura e Escrita**.

**Orientadora:** Profa. Dr<sup>a</sup>. Maria Francisca Oliveira Santos.

MACEIÓ-AL  
2018

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**

Bibliotecária Responsável: Janis Christine Angelina Cavalcante – CRB4:1664

- F862L Freitas, Arly Tenório Rijo da Silva Lopes de.  
Uma leitura retórico-semiótica do gênero charge no jornalismo alagoano / Arly Tenório Rijo da Silva Lopes de Freitas. – Maceió, 2018.  
104 f.: [il.color.](#)
- Orientador: Maria Francisca Oliveira Santos.  
Dissertação (mestrado em Letras e Linguística) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Letras. Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística. Maceió, 2018.
- Bibliografia: f. 100-101.  
Anexos: f. 102-104.
1. Estudos [retórico-semiótico](#). 2. Charge. 3. Gênero textual/discursivo.  
4. Jornalismo Impresso – Maceió/AL. I. Título.

CDU: 81'22



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E LINGUÍSTICA

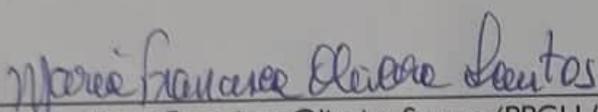
## TERMO DE APROVAÇÃO

**ARLY TENÓRIO RIJO DA SILVA LOPES**

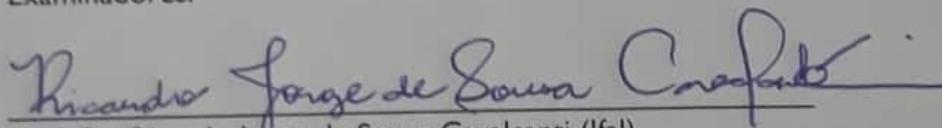
Titulo do trabalho: "UMA LEITURA RETÓRICO-SEMIÓTICA DO GÊNERO CHARGE NO JORNALISMO IMPRESSO"

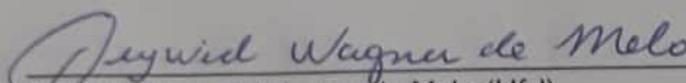
Dissertação aprovada como requisito para obtenção do grau de MESTRA em LINGUÍSTICA, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Alagoas, pela seguinte banca examinadora:

Orientadora:

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Maria Francisca Oliveira Santos (PPGLL/Ufal)

Examinadores:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Ricardo Jorge de Sousa Cavalcanti (Ifal)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Deywid Wagner de Melo (Ufal)

Maceió, 15 de junho de 2018.

Dedico este trabalho, tudo que tenho e o que sou a Deus. Sem Ele, nada posso fazer. Dedico à minha família que sofreu perdas irreparáveis em um período tão curto, especialmente, *in memoriam*, a Estela Tenório Gomes, Maria Márcia Tenório Barros, José Tenório da Silva (tio) e José Tenório da Silva (primo). Dedico também à tia Maria Verônica Pereira da Silva que, lutando pela vida, permanece ao nosso lado, cheia de alegria e disposição.

## AGRADECIMENTOS

Ter um coração grato e reconhecer a bondade e o amor no caminho que trilhamos é uma virtude, pois em meio a tantos desafios, um coração agradecido nos fortalece a nunca desistir, nem olhar para trás.

A trajetória do mestrado não se resume à seleção do PPGLL, ao projeto, às disciplinas, a orientações, a preocupações com a elaboração do projeto e, enfim, à qualificação e defesa. Não! É muito mais que isso.

No meu caso, começou com um convite doce, simples, feito por uma professora amorosa e dedicada. Estava cursando Jornalismo no Cesmac quando a professora Maria Francisca Oliveira Santos me convidou para participar do Programa Semente de Iniciação Científica (PSIC) daquela Instituição. Fiquei sem entender como funcionava o referido Programa, e ela com todo amor explicou e me apresentou a essa vida tão empolgante, cheia de desafios, oportunidades e conquistas.

Após dois anos como aluna bolsista do PSIC, concluí minha graduação. A professora me incentivou a fazer a seleção do mestrado. Estávamos em 2008. Não consegui sequer pensar na seleção, pois precisava trabalhar para me manter, uma vez que ia me casar em poucos meses.

O tempo passou. Em 2015, já havia trabalhado na área de jornalismo, constituído família, tinha um lindo filho, mas não estava satisfeita. O sonho de estar na vida acadêmica havia sido sufocado todos aqueles anos. Pedi demissão, fiz a seleção. Não passei. Continuei. Fiz mais uma seleção. Consegui. E, ao longo desses dois anos, o esforço, a determinação, a força de vontade, a persistência foram meus aliados.

Para frequentar às aulas, tinha que deixar meu filho com a tia Meire, em Satuba. Para estudar, ler os textos de cada disciplina e fazer as atividades, muitas vezes passei toda a madrugada, mas em cada momento daquele eu me sentia privilegiada e agradecia.

Nos últimos meses, tudo foi se tornando ainda mais difícil, pois nossa família perdeu quatro membros, algumas pessoas tiveram problemas sérios de saúde. O abalo foi notável. Também tive alguns problemas de saúde, financeiros e, por fim, continuamos a jornada apenas Noah e eu.

Em meio a todas essas barreiras, pude renascer como pessoa, não desisti de sonhar e concluir meu tão desejado mestrado. A expectativa aumentava a cada dia, sentia um frio na barriga cada vez que pensava, em meio às minhas próprias cobranças e aos prazos estipulados pela Universidade.

Ofereci o meu melhor. Em honra e agradecimento à minha orientadora, professora Francisca, que nunca desistiu de mim e foi além de uma mentora, foi uma amiga, conselheira e motivadora na minha vida.

Agradeço aos demais professores que serviram de inspiração, pois foram exemplos de vida apaixonados pelo que fazem e dedicação à vida acadêmica.

Agradeço à banca de qualificação e de defesa por se debruçarem sobre este trabalho para que a melhor versão pudesse surgir. Agradeço à Profa. Dra. Maria Francisca Oliveira Santos, minha orientadora, ao Prof. Dr. Deywid Wagner de Melo e ao Prof. Dr. Ricardo Jorge de Sousa Cavalcanti.

Agradeço aos amigos que fiz durante esses dois anos e também aos amigos irmãos que fazem parte do grupo de orientandos da professora Francisca, em especial, Nildo, Eduardo, Luciano, Josimar e Aléssia. Que equipe fantástica!

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL) pela cessão da bolsa de estudos, pois a dedicação aos trabalhos acadêmicos exige tempo, investimento e não seria possível sem os recursos disponibilizados.

Agradeço a toda equipe da Escola Zilka de Oliveira Graça, que, desde o começo, incentivou os meus estudos e me deu suporte sempre de que necessitei, em especial, à direção e às amigas Hestelane e Wedlan.

Agradeço à minha família, aos meus pais, Maria Tenório e Petrucio Rijo, pela formação, pelo apoio, por acreditarem em mim sempre. À tia Meire, tio Tonho, Vó Zezé, Alane e Lavínia por cuidarem do Noah para que eu pudesse estudar. Aos meus irmãos, Artyene e Aécio, pelo incentivo e amor, pelos conselhos, pelo apoio, incentivo e, principalmente, ao meu filho Noah, que é minha inspiração, minha força para continuar a sonhar.

Agradeço a Deus pelo dom da vida, saúde, graça e por me permitir viver a realização desse sonho. Sem Ele, nada posso fazer.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo mostrar a importância do gênero Charge no âmbito do jornalístico impresso, a partir dos estudos da Nova Retórica e da Semiótica: a primeira auxilia nos estudos da tipologia e da identificação dos argumentos; a segunda analisa a relação imagem/texto. Baseia-se em Aristóteles (2005), Abreu (2004) e Santos (2011), quanto aos estudos retóricos e argumentativos; em Barthes (1964), encontram-se os estudos semióticos. Baseia-se em Marcuschi (2002; 2005; 2008), quanto aos conceitos de gênero, sua evolução, desde a invenção da escrita, e seu caráter sociodiscursivo, dinâmico e plástico. Busca-se em Silveira (2002) o discurso com um caráter prático-social e os gêneros, sendo, antes de tudo, textos. Na linha do jornalismo impresso, aparece Marques de Melo (2003), em quem são buscadas informações mais específicas sobre o gênero Charge no jornalismo opinativo impresso, sua aproximação com o público e relação com as notícias e os aspectos do cotidiano da população. Assim, esta pesquisa desenvolve-se numa linha processual de caráter qualitativo com foco no fenômeno observado. O universo da pesquisa é constituído por Charges colecionadas, durante um mês, janeiro de 2016, de um jornal de circulação local em Maceió/AL. Do total dessas Charges, foram retiradas representações, para estudo. Com este trabalho foi possível identificar as recorrências dos argumentos retóricos na Charge, bem como as categorias da Semiótica e enxergar as marcas do *ethos*, do *pathos* e do *logos* nesse gênero. Além disso, depreenderam-se as características peculiares do gênero em destaque. Ademais, as categorias tratadas possibilitaram uma visão ampliada para um gênero que, mesmo muito presente na esfera/domínio jornalístico, é possível e necessário de didatização, sobretudo, pelo caráter promissor de cidadania no jornalismo opinativo. O trabalho pode ser considerado relevante por fazer uma junção entre Retórica e Semiótica no que as duas áreas do conhecimento podem contribuir para o entendimento do gênero Charge.

**Palavras-chave:** Estudos retórico-semióticos. Charge. Gênero textual/discursivo.

## ABSTRACT

This work aims to show the importance of the genre Charge in printed journalism, from the studies of New Rhetoric and Semiotics: the first aids in the study of the typology and the identification of the arguments; the second analyzes the image / text relationship. It is based on Aristóteles (2005), Abreu (2009) and Santos (2011), on rhetorical and argumentative studies; in Barthes (1964), are the semiotic studies. It is based on Marcuschi (2002; 2005; 2008), regarding the concepts of genre as well as its evolution, from the invention of writing and its sociodiscursive, dynamic and plastic character. The discourse with a practical-social character is sought in Silveira (2002), and the genres being, above all, texts/discourse. In the line of printed journalism, Marques de Melo (2003) appears, in which more specific information about the genre Charge is sought in print opinionated journalism, its approach to the public and relation with the news and aspects of daily life of the population. This research is developed in a qualitative process with a focus on the phenomenon observed. The research universe consists of Charges collected for a month, January 2016, from a local newspaper in Maceió. Of the total of these Charges, representations were taken for study. With this work it was possible to identify there currencies of rhetorical arguments in Charge as well as categories of Semiotics and to see the marks of *ethos*, *pathos* and *logos* in this genre. In addition, the peculiar characteristics of the featured genre were revealed. Additionally, the categories treated allowed an expanded vision for a genre that, even if present in the sphere of journalism, is possible and necessary for didatization, above all, for the promising character of citizenship in opinionated journalism. The work can be considered relevant for making a connection between Rhetoric and Semiotics in which the two areas of knowledge can contribute to the understanding of the genre Charge.

**Keywords:** Rhetorical-semiotic studies. Charge. Textual/discursive genre.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Aspectos tipológicos e exemplos de gêneros orais e escritos.....	70
<b>Quadro 2</b> – Aspectos da pesquisa qualitativa.....	78
<b>Quadro 3</b> – Categorias para a realização das análises das Charges à luz dos estudos retórico-semióticos.....	81
<b>Quadro 4</b> – Resumo das análises .....	95

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	24
<b>Figura 2</b> – Lista de material escolar.....	27
<b>Figura 3</b> – Ano novo associado ao aumento de peso e as dívidas.....	36
<b>Figura 4</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	37
<b>Figura 5</b> – Crítica a respeito da demora na divulgação do novo planeta.....	37
<b>Figura 6</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	38
<b>Figura 7</b> – Escândalos políticos .....	38
<b>Figura 8</b> – Escândalos políticos.....	45
<b>Figura 9</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	47
<b>Figura 10</b> – Editorial do jornal.....	56
<b>Figura 11</b> – Ex-presidente Dilma Rousseff .....	60
<b>Figura 12</b> – CMF e Dilma Rousseff .....	61
<b>Figura 13</b> – Indústria editorial .....	61
<b>Figura 14</b> – Mafalda.....	62
<b>Figura 15</b> – Calamidade pública do <i>Aedes Aegypti</i> .....	67
<b>Figura 16</b> – Lista de material escolar.....	68
<b>Figura 17</b> – Relações internacionais .....	69
<b>Figura 18</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	76
<b>Figura 19</b> – Escândalos na política.....	76
<b>Figura 20</b> – Combate ao mosquito <i>Aedes Aegypti</i> .....	82
<b>Figura 21</b> – Lista de material escolar.....	85
<b>Figura 22</b> – Dívidas no início do ano .....	87
<b>Figura 23</b> – Notícias do Facebook .....	90
<b>Figura 24</b> – Escândalos na política.....	92

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>AC</b>	Análise da Conversação
<b>AD</b>	Análise do Discurso
<b>FAPEAL</b>	Fundação de Amparo à Pesquisa em Alagoas
<b>LT</b>	Linguística Textual
<b>UFAL</b>	Universidade Federal de Alagoas
<b>HQ</b>	História em Quadrinhos

## SUMÁRIO

<b>1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	13
<b>2 ELEMENTOS RETÓRICOS</b> .....	16
<b>2.1 Acerca da Antiga e da Nova Retórica</b> .....	16
<b>2.2 Importância dos Estudos Retóricos</b> .....	22
<b>2.3 Categorias da Retórica</b> .....	25
2.3.1 Tríade argumentativa.....	25
2.3.1.1 Auditório.....	27
2.3.2 Argumentos.....	30
<b>2.4 Elementos argumentativos na área jornalística</b> .....	39
<b>3 OS ASPECTOS SEMIÓTICOS NO GÊNERO CHARGE NO JORNALISMO IMPRESSO</b> .....	42
<b>3.1 O viés semiótico na relação texto/imagem</b> .....	42
<b>3.2 A relação texto, discurso e gênero</b> .....	48
3.2.1 Gêneros textuais/discursivos: evolução dos estudos e novos formatos.....	48
3.2.2 A compreensão entre gênero, texto e discurso.....	53
<b>3.3 A Charge situada no jornalismo opinativo impresso</b> .....	57
<b>3.4 O jornalismo: características e importância</b> .....	71
<b>4 ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	78
<b>4.1 A pesquisa qualitativa</b> .....	78
<b>4.2 Universo da pesquisa e seleção do <i>corpus</i></b> .....	80
<b>4.3 Categorias de análise</b> .....	80
4.3.1 Análise 1.....	82
4.3.2 Análise 2.....	85
4.3.3 Análise 3.....	87
4.3.4 Análise 4.....	90
4.3.5 Análise 5.....	92
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	98
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	100
<b>ANEXOS</b> .....	102

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este trabalho se insere nos estudos de linha retórico-semiótica e traz um enfoque para o gênero textual/discursivo Charge, situado no jornalismo opinativo impresso. Aliar os estudos retóricos aos semióticos foi imprescindível, uma vez que o gênero em análise, nesta pesquisa, comporta não só texto, mas também imagens e há uma relação muito próxima das mensagens transmitidas pelo texto e aquelas transmitidas pelas imagens da Charge.

A Charge está presente nos jornais impressos desde o início do jornalismo e leva esse nome justamente por seu início marcado pela veiculação apenas nos jornais impressos. No surgimento do jornal, grande parte da sociedade era iletrada, então a Charge, como comportava imagens, atraía o interesse das pessoas. Com caráter humorístico, a Charge sempre veiculou argumentos e críticas a situações da vida cotidiana e aos fatos em destaque na sociedade. Não possui como principal o caráter informativo, mas veicula opiniões, por isso, sua importância com caráter opinativo no jornal.

Diante desses aspectos observados no gênero em destaque, a pesquisa em tela tem como objetivo mostrar a recorrência da veiculação de argumentos no gênero Charge, não só através dos textos, mas também a partir das imagens em sua análise estrutural e interpretativa, visando à divulgação do conhecimento no meio acadêmico.

Nesse sentido, a importância desta pesquisa reside em fazer um diálogo entre duas áreas: Retórica e Semiótica. E, a partir dessa junção, analisar o gênero Charge que, desde o aparecimento do jornal impresso, permanece em destaque nessa mídia, bem como em outros lugares como os blogs, os jornais digitais, os livros didáticos. Diante disso, a relevância do trabalho se instaura no fato de estudar a Charge na perspectiva retórico-semiótica, o que irá contribuir certamente para a divulgação do conhecimento na comunidade científica.

Esta pesquisa tem como *corpus* as Charges publicadas em um jornal de circulação local da cidade de Maceió/AL. O jornal escolhido foi a Gazeta de Alagoas pelo fato de ser o impresso de maior circulação no estado, ter a maior tiragem, o destaque que dá ao gênero pesquisa e, também, a disposição na cessão do material para a análise.

O universo da pesquisa se constitui na coleção de um mês das Charges publicadas em janeiro de 2016, num total de 26 Charges. A partir desse universo de 26 Charges, foram selecionadas 5 amostragens, para constituição do *corpus* desta pesquisa. A seleção foi feita com base na maior recorrência de elementos que poderiam ser analisados, segundo as perspectivas retórico-semióticas. Para a realização das análises, foi elaborado um quadro com categorias da Retórica e da Semiótica para compor as análises.

Dessa forma, surgiram questionamentos que a pesquisa buscou responder: Qual o caráter persuasivo da Charge? Qual a função desse gênero nas relações sociais? Como se dá a relação texto e imagem? Os argumentos veiculados pelo texto reincidentem naqueles transmitidos pela imagem?

Para responder a esses questionamentos, a pesquisa está norteada em três partes. A primeira parte (segunda Seção) trata das questões retóricas. Buscou-se em Reboul (2000), Aristóteles (2005), Abreu (2004), Pelreman e Olbrechts-Tyteca (1996), entre outros autores, a importância e o resgate da Retórica, a partir dos estudos da Nova Retórica, como arte da argumentação, bem como a utilização dos argumentos utilizados para defesa de teses a partir da tríade Aristotélica *ethos*, *pathos* e *logos*.

Já a segunda parte (terceira Seção) focou no estudo da Semiótica proposto por Barthes (1964) e nos aspectos mais específicos do objeto de estudo desta pesquisa que é a Charge, situada no jornalismo opinativo impresso. Para as definições de gêneros textuais/discursivos, buscaram-se, em Marcuschi (2002; 2005; 2008) e Silveira (2002), os conceitos de gêneros textuais/discursivos como entidades sociodiscursivas, dinâmicas e plásticas.

A partir dessas definições, Marques de Melo (2003) aborda, mais especificamente, os gêneros opinativos no jornalismo e traz a Charge como integrante da caricatura. Esse autor ainda discute que devido a natureza mutável dos conceitos e categorias empregadas no Jornalismo, as pesquisas científicas desse campo exigem muito do pesquisador e uma metodologia eficaz para que, ao fim da pesquisa, ela já não esteja obsoleta. Ainda nessa Seção, buscaram-se em Flores (2002) e Parnaíba (2013) a composição da Charge e seu posicionamento no jornal impresso, bem como suas características e peculiaridades.

A terceira parte (quarta Seção) voltou-se para os aspectos metodológicos e para as análises realizadas a partir de um quadro construído para esta pesquisa,

com o intuito de organizar os elementos utilizados para as análises. A presente pesquisa é de cunho qualitativo, uma vez que a análise aconteceu na perspectiva de análise do processo; logo, isenta de análise estática do produto. Além disso, o trabalho qualitativo busca entender um fenômeno específico em profundidade, neste caso a Charge. Ainda que se considerem dados estatísticos, como ocorre na pesquisa quantitativa, a pesquisa qualitativa traz um contato direto entre o pesquisador e o objeto de estudo.

Assim, a partir do aporte teórico direcionado por meio dos estudos retóricos e semióticos, passando pelos estudos dos gêneros textuais/discursivos (até chegar às questões que permeiam o jornalismo opinativo impresso), foi possível fazer uma análise descritivo-interpretativa do objeto de pesquisa.

## 2 ELEMENTOS RETÓRICOS

Esta Seção trata dos principais elementos que norteiam esta pesquisa no que diz respeito às categorias para análise do *corpus*. Os elementos retóricos trazem a base da argumentação e apresentam a tipologia dos argumentos e como eles funcionam ao defender uma tese.

Para a construção da Seção, seguiu-se a perspectiva dos estudos de Aristóteles (2005), que iniciou as bases da Retórica, ao discorrer a respeito do discurso, evidenciando o *ethos*, o *pathos* e o *logos* como elementos presentes na argumentação; de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), acerca da Nova Retórica; e Reboul (2000) e Abreu (2004), sobre as tipologias dos argumentos.

### 2.1 Acerca da Antiga e da Nova Retórica

Pensar este trabalho a partir dos estudos da Antiga e da Nova Retórica é entender a importância de uma arte que existe antes mesmo de sua história. Apesar da concepção de que os gregos inventaram ou nominaram a arte retórica, ela está posta desde a existência do ser humano, uma vez que não é possível conceber esse ser sem uma formação cultural.

Em Reboul (2000), encontram-se pontuações sobre a concepção histórica dessa arte que tem origem judiciária. Inicialmente, a Retórica foi utilizada, entre os gregos, como técnica para a defesa de causas em disputas judiciais. Transcorridos os séculos, ela tem se renovado e consolidado sua importância e utilidade nas diversas áreas do conhecimento, em que se lida com a persuasão e a argumentação.

Para começar, os gregos inventaram a “técnica retórica”, como ensinamento distinto, independente dos conteúdos, que possibilitava defender qualquer causa e qualquer tese. Depois, inventaram a teoria da retórica, não mais ensinada como uma habilidade útil, mas como uma reflexão com vistas à compreensão, do mesmo modo como foram eles os primeiros a fazer teoria da arte, da literatura, da religião (REBOUL, 2000, p. 1).

Reboul (2000) esclarece que o nascimento da Retórica não ocorreu em Atenas. Tal fato se deu por volta de 465 na Sicília grega, após os tiranos serem expulsos. Os cidadãos, roubados pelos tiranos, precisavam reclamar seus bens e,

nesse clima de guerra civil, era preciso garantir aos litigantes que pudessem se defender. Assim, a Retórica surge como técnica verbal para a mediação de conflitos/disputas.

Nesse momento, um discípulo de Empédocles chamado Córax e seu discípulo Tísias formulam técnicas para que as pessoas pudessem defender suas causas perante a justiça. Córax inventou o argumento que tem o seu nome, o córax, que ajudaria os defensores de causas indefensáveis. O argumento consiste em dizer que algo é inverossímil justamente por ser verossímil<sup>1</sup> demais. Além disso, Córax chamou a Retórica de “criadora de persuasão” e de Arte Oratória.

Logo, Atenas também adotou essa técnica, que com seu alcance judiciário, argumentava, a partir do verossímil, porque se a verdade já fora conhecida não entraria nesses processos judiciais, nem existiriam motivos para se argumentar a favor de uma tese. O problema era que quanto mais indefensável fosse a causa, mais o retor<sup>2</sup> se utilizava da Retórica para que o argumento mais fraco se tornasse o mais forte e a causa prosperasse.

Mas o problema, tanto para nós quanto para os gregos, é que as más causas precisam dos melhores advogados, pois, quanto pior a causa, maior o recurso à retórica. É constrangedor. Ora, em vez de se constrangerem, os primeiros retores se gabavam de ganhar as causas menos defensáveis, de “transformar o argumento mais fraco no mais forte”, slogan que domina toda essa época (REBOUL, 2000, p. 3).

Além da veia jurídica, Reboul (2000) comenta o caminho literário do surgimento da Retórica, destacando Górgias, que nasceu em Sicília e foi discípulo de Empédocles, assim como Córax. A Górgias atribui-se a criação de uma prosa eloquente, capaz de encantar os atenienses, que até então percebiam a literatura apenas como poesia. Com Górgias, a Retórica passa a ser fonte estética e literária, uma vez que ele é um dos fundadores do discurso epidíctico (elogio público), pleno em ritmo e figuras de linguagem, que se tornou característico do discurso literário.

Górgias ficou conhecido como *sofista*. Como os jovens gregos<sup>3</sup> recebiam apenas uma formação elementar e não havia algo parecido com o ensino superior,

---

<sup>1</sup> Entende-se por verossímil, tudo aquilo que se aproxima da verdade, que se assemelha ao real. Em sentido específico, seria a ligação, o nexu ou harmonia entre fatos, ideias, coerência.

<sup>2</sup> Orador, aquele que discursa.

<sup>3</sup> Cabe salientar que apenas os indivíduos do sexo masculino recebiam tais ensinamentos. Escravos, crianças e mulheres de todas as idades eram excluídos da vida pública e, logo, não eram iniciados em oratória.

Górgias ministrava lições de eloquência e de filosofia para os interessados. Aos retores se deve o mérito de um ensino aprofundado sem finalidades religiosas ou profissionais. O ensino tinha por objetivo apenas a cultura em geral e, para isso, os sofistas recebiam muito dinheiro por cada dia de trabalho.

Apesar do ensino de Górgias ser caracterizado como sofístico, o elo entre a Retórica e a Sofística só aparece de modo pleno com Protágoras (c. 486-410), oriundo da Abdera, na Trácia. Ele era um mestre itinerante que fez fortuna, ensinando eloquência e filosofia. Interessou-se pelos estudos do que, hoje, é chamado gramática e fundou a Erística, que depois viria a ser a Dialética, técnica que utilizou para ensinar como vencer qualquer argumento. O problema, alvo de crítica e da total desaprovação por Platão, era que Górgias, assim como Protágoras, admitia recorrer aos piores argumentos (sofismas) para endossar suas teses.

Atribui-se aos sofistas o mérito de criar a Retórica como a arte do discurso persuasivo, objeto de ensino sistemático e que, a partir daí, esboçou-se a gramática de hoje. Além disso, cabe a eles a ideia de que verdade é um acordo entre interlocutores. No entanto, eles são comumente lembrados pelo seu ímpeto de realizar o discurso para o sucesso a qualquer custo. Essa marcação histórica se deve ao fato de os sofistas não estarem focados em verdades objetivas, mas sempre pautados na relatividade, fazendo com que o critério seja a aptidão para convencer, dominar através das palavras e não ao encontrar o verdadeiro.

Para Reboul (2000), foi Isócrates (436-338) quem começou a livrar a Retórica do domínio dos sofistas. Embora Platão o tenha acusado de não ir muito longe nessa tarefa, Isócrates propôs uma retórica mais plausível que atendeu às necessidades dos gregos de ter nela uma técnica judiciária, de prosa literária, de filosofia e de ensino. Ao contrário dos mestres sofistas, ele não defendia o ensino da Retórica para qualquer pessoa. Para ele, o grande orador carece de aptidão natural, prática constante e ensino sistemático. Ele também moralizou a Retórica, exaltando seu uso para causas justas.

Principalmente, moraliza a retórica ao afirmar alto e bom som que ela só é aceitável se estiver a serviço de uma causa honesta e nobre, e que não pode ser censurada, tanto quanto qualquer outra técnica, pelo mau uso que dela fazem alguns. Aliás, para Isócrates, ensino literário e formação moral estão ligados, para dizer o mínimo. De fato, ele ensina que a retórica deve ter um objetivo para depois procurar todos os meios de atingi-lo sem nada deixar ao acaso (REBOUL, 2000, p. 11).

A Retórica dos sofistas sofreu duras críticas de Platão que, em nome da Filosofia, desqualifica a confiança que os sofistas conferem à linguagem. Platão abordava a Retórica de duas formas: a primeira é que a Retórica “dos sofistas e de Isócrates não é arte, mas uma falsa adulação; a segunda é apenas uma expressão da Filosofia, sem conteúdo próprio” (REBOUL, 2000, p. 19). Platão só reconhece valor à Retórica se fosse a serviço do pensamento com o objetivo de atingir as ideias.

Aos 17 anos, Aristóteles (384-322) entra na Academia de Platão. Como não iria ser o sucessor do seu mestre, Aristóteles não permanece na Academia e funda uma escola concorrente, o Liceu. Ele repensa a Retórica e transporta-a do pensamento sofístico (vencer a todo custo) para o pensamento argumentativo (vencer por meios de argumentação adequada). A partir disso, admite que a Retórica pode servir para o uso do bem ou do mal, cabendo ao discernimento do retor a maneira de utilizá-la. Com essa perspectiva, ele funda uma visão mais sólida e profunda da Retórica.

[...] a retórica pode ser pervertida assim como a força, a saúde, a riqueza. Com exceção da virtude moral, todos os bens são relativos. Mas, enfim, nem por isso deixam de ser bens, pois mais vale ser forte que fraco, sadio que doente [...]. Do mesmo modo, é preferível saber utilizar a força do discurso (REBOUL, 2000, p.23)

Em Aristóteles (2005), encontra-se uma abordagem da Retórica que nem compactua com o “vale tudo” da visão sofista, nem endossa a descrença que seu mestre Platão tinha acerca daquela arte. Ele a concebe como útil, mas reconhece seus limites. Dá foco, sobretudo, ao argumento lógico, um sistema de prova e de raciocínio, que pode ser utilizado para qualquer tema.

A grande inovação de Aristóteles foi o lugar dado ao argumento lógico como elemento central na arte de persuasão. A sua Retórica é sobretudo uma retórica da prova, do raciocínio, do silogismo retórico; isto é, uma teoria da argumentação persuasiva. E uma das suas maiores qualidades reside no facto de ela ser uma técnica aplicável a qualquer assunto. Pois proporciona simultaneamente um método de trabalho e um sistema crítico de análise, utilizáveis não só na construção de um discurso, mas também na interpretação de qualquer forma de discursos (ARISTÓTELES, 2005, p. 34).

Em contrapartida a Reboul (2000), Abreu (2004) defende o nascimento da Retórica, arte de convencer e persuadir, em Atenas, uma vez que os atenienses

estavam vivendo um processo democrático, a partir dos princípios do legislador Sólon e necessitavam da Retórica para argumentar em causa própria.

Ora, dentro desse novo estado de coisas, sem a presença de autoritarismo de qualquer espécie, era muito importante que os cidadãos conseguissem dominar a arte de bem falar e de argumentar com as pessoas, nas assembleias populares e nos tribunais (ABREU, 2004, p. 27).

Em face do contexto democrático, surgem os sofistas, professores de oratória, que viajavam muito e tinham ampla visão de mundo. A Antiga Retórica se opunha à Filosofia da época que trabalhava com dicotomias como verdadeiro/falso, bom/mau, enquanto ela trazia a teoria sobre os diversos pontos de vista ou paradigmas, baseava-se no verossímil e não em verdades absolutas.

Enquanto a Filosofia visa ao verdadeiro, a Retórica visa à argumentação pelo verossímil. A diferença de método de trabalho entre essas duas artes fez com que a Retórica caísse em desprestígio diante da Filosofia. Criou-se uma desconfiança em torno do uso da argumentação retórica, e as pessoas que se apropriavam dela passaram a ser vistas como enganadoras, de discurso vazio para inebriar/iludir o auditório.

A partir da metade do século XX, alavancada, sobretudo, por áreas de estudo como a Linguística, a Semiótica, a Pragmática e a Análise do Discurso, a Retórica passou por uma reabilitação. “Os métodos retóricos da exploração de verossimilhança e dos diferentes pontos de vista sobre um objeto ou situação têm sido o motor que vem impulsionando o grande avanço da ciência e da tecnologia” (ABREU, 2004, p. 33).

Foi, especialmente, a partir do *Tratado da Argumentação*, de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca, em 1958, que a Nova Retórica<sup>4</sup>, inspirada em Aristóteles, ganha força no meio acadêmico. Essa nova “roupagem” resgata o prestígio da definição aristotélica e expande sua aplicação. Esse novo “olhar” da Retórica não tem apenas como mais importante a arte de falar em público de modo persuasivo, mas trabalha além da oralidade, o discurso escrito.

---

<sup>4</sup>*Nova Retórica* é o subtítulo da obra *Tratado da Argumentação*, de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca (1996 [1958]), que marca o ressurgimento dos estudos retóricos voltados à argumentação, a partir de 1958 (MAINGUENEAU, 2015).

O objeto da retórica antiga era, acima de tudo, a arte de falar em público de modo persuasivo, referia-se, pois, ao uso da linguagem falada, do discurso, perante uma multidão reunida na praça pública, com o intuito de obter a adesão desta a uma tese que se lhe apresentava. Vê-se, assim, que a meta da arte oratória – a adesão dos espíritos – é igual à de qualquer argumentação. Mas não temos razões para limitar nosso estudo à apresentação de uma argumentação oral e para limitar a uma multidão reunida numa praça o gênero de auditório ao qual nos dirigimos (PELREMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 6).

Superando as duras críticas de Platão e o rótulo que a Antiga Retórica adquiriu por seu mau uso com os sofistas para fins que não consideravam os aspectos morais, a Retórica precisava ganhar seu espaço nos estudos linguísticos, sobrepondo-se ao *status* que adquiriu de discursos irracionais e psicológicos, os quais são “[...] mais propícios à verbalização de discursos vazios de conteúdo do que à sustentada argumentação de princípios e valores que se nutrem de um raciocínio crítico válido e eficaz” (ARISTÓTELES, 2005, p. 9).

Apesar de Aristóteles conceber a Retórica apenas no discurso oral, ele enfatiza o saber interdisciplinar e transdisciplinar dessa arte de comunicação do pensamento presente no direito, na literatura, na filosofia, na ciência. “O seu duplo valor como arte e ciência, como saber e modo de comunicar o saber, faz dela também um instrumento mediante o qual podemos inventar, reinventar e solidificar a nossa própria educação” (ARISTÓTELES, 2005, p. 10).

Então, a Nova Retórica que ressurgiu no século XX, a partir da Retórica de Aristóteles, trouxe a Argumentação de volta à ordem do dia, aliás, a própria Retórica foi precursora de disciplinas como a Estilística, a Teoria da Comunicação, a Linguística Textual, a Pragmática, entre outras, que analisam as propriedades argumentativas dos textos/discursos. Hoje, tais disciplinas não só reclamam a herança aristotélica como também desenvolvem, cada uma, a seu modo, novas linhas de investigação.

Este trabalho se insere nos estudos da Nova Retórica, pois reconhece a seguinte observação de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 6) quanto à análise argumentativa de textos/discursos:

Conquanto seja verdade que a técnica do discurso público difere daquela da argumentação escrita, como nosso cuidado é analisar a argumentação, não podemos limitar-nos ao exame da técnica do discurso oral. Além disso, visto a importância e o papel modernos dos textos impressos, nossas análises se concentrarão sobretudo neles (p. 6)

Nesta pesquisa, o gênero Charge, que comporta não só texto, como também imagens, será trabalhado à luz da Nova Retórica a partir da tríade argumentativa (*ethos*, *pathos* e *logos*), para interpretação do sentido imagético portado por esse gênero.

## 2.2 Importância dos estudos retóricos

Os estudos retóricos são fundamentais para todas as áreas do conhecimento que relacionam à existência humana com a capacidade de as pessoas influenciarem umas às outras. Campbell *et al.* (2015, p. 15) definem a Retórica como “um estudo de todos os processos pelos quais as pessoas influenciam umas às outras por meio de símbolos verbais, não verbais, visuais e sonoros”. O exercício de tal influência tem por objetivo conectar o orador com seu auditório para atingir um determinado fim.

Como retórico (escritor, palestrante ou produtor de um ato retórico), você tem o potencial de provocar um enorme impacto sobre a vida das pessoas ao seu redor, afetando grandes e pequenas decisões sobre o que compramos, onde vivemos, como votamos, a quem doamos nosso dinheiro e por que nos socializamos com determinados grupos, configuramos nossos smartphones para exibir determinados aplicativos e aceitamos certas tradições espirituais. Como crítico (aquele que descreve, analisa e avalia atos retóricos para entender como e para quem eles trabalham), você aprenderá a examinar sua própria retórica, a fim de melhorá-la, e a analisar a retórica alheia, para tomar decisões mais inteligentes (CAMPBELL *et al.*, 2015, p. 15)

Os autores também apresentam o conceito de ato retórico. Para eles, constituem atos retóricos as “tentativas simbólicas e estratégicas para superar os desafios em uma dada situação, para se conectar com um público específico sobre um determinado assunto, para atingir um fim particular” (CAMPBELL *et al.*, 2015, p.15). À medida que se estudam esses mecanismos de influência, é possível entendê-los como recursos de persuasão e perceber como as pessoas se utilizam deles para alcançar os seus objetivos. Esse foi o princípio histórico que embalou o surgimento da Retórica na Grécia Antiga, quando ela era ensinada principalmente para que as pessoas ganhassem pleitos.

Os autores apresentam três razões pelas quais o estudo da Retórica é importante para todos: as razões intelectuais, as razões de cidadania e as razões profissionais. As primeiras, as razões intelectuais, revelam a importância de se

compreender que os seres humanos são usuários de símbolos, e que é preciso entender as mais variadas maneiras pelas quais o discurso forma comunidades, aglomerando uma maior capacidade de sensibilidade para entender o poder que a linguagem tem de influenciar os valores da sociedade. Os autores apontam, a partir de várias pesquisas, para a importância de saber falar e escrever com eloquência como a capacidade mais importante na vida em sociedade e profissional.

As segundas, as razões de cidadania, exaltam a necessidade da Retórica para uma vida em comunidade, que não é possível sem a comunicação. Aristóteles foi o primeiro a defender essa vivência dos seres humanos em uma comunidade política. Conforme Campbell *et al.* (2015, p. 16), “a arte retórica é tanto uma habilidade de sobrevivência quanto a característica de uma pessoa com formação escolar”.

Viver em um mundo moderno é fazer parte de grupos sociais diferentes e conflitantes. Por isso, na maior parte das vezes, é preciso ter uma competência retórica para se situar, criando um consenso em um mundo tão complexo. Para exercer, ocupar um lugar de destaque na cidadania, nas relações políticas, na mídia, na justiça, é preciso fazer uso das competências retóricas.

Já as terceiras, as razões profissionais, mostram a extrema necessidade discursiva no mercado de trabalho e é eleita como a mais importante para todas as profissões, segundo o Ministério do Trabalho dos Estados Unidos. Para os gestores, é imprescindível a capacidade de bem comunicar-se com sua equipe. Essa formação retórica é importante para todos, pois dela depende uma parte significativa do sucesso profissional, uma vez que a fala, a leitura e a escrita fazem parte da rotina profissional de todas as pessoas. Não é possível estar em um ambiente de trabalho em que não seja necessário se relacionar com outras pessoas, nem envolver algum tipo de comunicação.

A Retórica se faz importante para disciplinas como a Linguística Textual (LT), que tem seu foco na organização, produção e compreensão do texto, porque os estudos da argumentação voltam-se não apenas para os gêneros textuais/discursivos explicitamente persuasivos, mas também para todo gênero textual/discursivo em que o interlocutor tem a intenção explícita ou implícita de influenciar o outro.

Os estudos retóricos também contribuem para a Semiótica, uma vez que a Retórica situa-se no campo de produção do sentido, estabelecendo pontos de

contato por meio da relação entre texto e imagem. Nesse caso, as figuras de linguagem são um exemplo. Enquanto argumento retórico, a metáfora pode ser identificada tanto em textos verbais, com base em Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), como em imagens, a partir dos estudos semióticos de Barthes (1964).

Todas essas considerações acerca da importância da Retórica consolidam sua utilização neste trabalho, uma vez que esse campo de estudos se dedica, também, ao estudo dos símbolos visuais, abrindo espaço em seu escopo, portanto, para a análise do gênero Charge, objeto deste estudo, e de como ela veicula argumentos, a fim de influenciar seu público leitor. Além disso, esse gênero será analisado também a partir dos seus aspectos verbais, que são o foco da Linguística Textual, no que se referem aos processos de produção, compreensão e funcionamento social.

Pode-se analisar, a partir da Retórica, o gênero textual/discursivo Charge já que os estudos retóricos estão voltados para todo tipo de discurso e contribui para a identificação de argumentos presentes, como é o caso da Charge, na Figura 1. Nela, um mosquito da dengue tenta um diálogo com um agente de endemias. Entende-se que é um mosquito da dengue por suas características peculiares e pelo tópicos “Aedes, o desenrolado”; e entende-se que é um agente de endemias por suas vestimentas e equipamentos. Com a combinação de texto e imagem, percebe-se que a Retórica superou seu aspecto oral e está presente nos textos e imagens, ao veicular argumentos e persuadir o auditório, como ocorre no gênero em tela.

**Figura 1 – Combate ao mosquito Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

Na Charge da Figura 1, é possível perceber a importância dos estudos retóricos para sua análise. Isso porque a Retórica é essencial para todas as áreas

do conhecimento que relacionam a existência humana com a capacidade de as pessoas influenciarem umas às outras. No caso do gênero em tela, ao combinar ilustração e texto, o chargista não busca veicular uma informação apenas, mas transmitir valores, ideias, opiniões.

## 2.3 Categorias da Retórica

Na sociedade pós-industrial, conhecida como sociedade da informação, o conhecimento e a comunicação possuem lugar de destaque. Quem os domina estabelece um contato mais crítico com a realidade e as relações interpessoais mais proveitosas.

Segundo Abreu (2004), saber argumentar traz mais êxito para nossas vidas em todas as áreas, desde a pessoal até a profissional. Saber como convencer e persuadir é a arte da argumentação. Para convencer, é preciso fazer o outro crer em algo, e para persuadir é necessário levá-lo a fazer algo; é preciso que ele seja atingido em suas emoções, seja sensibilizado.

A argumentação é parte integrante e essencial da Retórica. Segundo Aristóteles (2005), a Retórica é o resultado da experiência dos oradores habilidosos, é o produto do trabalho que eles fizeram a partir de estratégias, “a codificação de preceitos nascidos da experiência com o objetivo de ajudar outros a exercitarem-se corretamente nas técnicas de persuasão” (2005, p. 16).

Ao considerar a importância da Retórica e da Argumentação como integrante essencial dessa arte, é relevante pensar algumas categorias que perpassam a arte Retórica e que a torna eficaz na veiculação de argumentos. Nesta pesquisa, serão elencadas: a tríade argumentativa, as condições de argumentação e os argumentos.

### 2.3.1 Tríade argumentativa

Essa experiência foi abordada por Aristóteles em torno de três gêneros de discurso: o deliberativo, o judiciário e o epidíctico. O deliberativo trata do futuro, pois pode aconselhar e dissuadir; o judiciário trata do passado, condena e defende; e o epidíctico trata do presente com louvor ou censura, mesmo que se utilize do passado ou do futuro para argumentar. Cada um destes gêneros emprega a chamada *tríade aristotélica*, constituída pelo *ethos*, *pathos* e *logos*.

As provas de persuasão fornecidas pelo discurso são de três espécies: umas residem no caráter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar (ARISTÓTELES, 2005, p. 96).

Segundo Santos (2011), o *ethos* diz respeito ao caráter que o orador assume diante do auditório para inspirar confiança. Nesse sentido, o auditório adere à tese do orador, quando este lhe inspira confiança. O *pathos* diz respeito ao auditório, às emoções e aos sentimentos que o orador desperta nele através do discurso. Por fim, o *logos* refere-se à argumentação propriamente dita, isto é, ao caráter argumentativo do discurso.

A Antiga Retórica centrava-se na arte de bem falar em público. A fim de persuadir o auditório, os retores utilizavam todos os recursos disponíveis da oralidade. Seu auditório era a multidão reunida em praça pública (Ágora), o que requeria grande empenho das habilidades orais do retor, para conquistar a adesão do maior número possível de pessoas à sua tese. No âmbito da Nova Retórica, os espaços que o retor utiliza não estão reduzidos às Ágoras (lugares em que havia interação face a face), mas ganham uma nova perspectiva a partir do texto escrito para a argumentação e a persuasão.

Na Figura 2, pode-se identificar a tríade aristotélica, o *ethos*, o *pathos* e o *logos*, que são “as provas de persuasão fornecidas pelo discurso” (ARISTÓTELES, 2005, p. 96). Na Charge seguinte, podemos identificar o *ethos* que diz respeito ao caráter que o orador inspira no auditório. O chargista se posiciona como *ethos*, inspirando confiança diante do seu auditório, que precisa estar apto para aderir às suas teses. Nesse caso, as Charges utilizadas nesta pesquisa são de um comunicador social que tem seus trabalhos publicados diariamente no Jornal Gazeta de Alagoas, em circulação na cidade de Maceió/AL.

O *pathos* diz respeito ao auditório, neste caso, o público leitor das Charges e, conseqüentemente, do jornal Gazeta de Alagoas. O auditório diz respeito às emoções e aos sentimentos que o orador desperta nele através do discurso. Quanto maior a ligação e a confiança do orador com seu auditório, maior será a abertura para veiculação das teses.

Por fim, o *logos* refere-se à argumentação propriamente dita, isto é, ao caráter argumentativo do discurso contido na Charge. No caso da Figura a seguir, o balão

de diálogo, o texto do tópico, aliado às imagens formam um conjunto do discurso argumentativo que é veiculado através da Charge.

**Figura 2 – Lista de material escolar**



Fonte: Gazeta de Alagoas (08/01/16).

Observa-se que, com a Nova Retórica, é possível analisar o gênero Charge numa tríplice formação, em que o jogo discursivo comporta a igualdade desses elementos de que a Retórica se vale. Por isso, *ethos*, *pathos* e *logos* comandam a argumentação, de modo que a existência de um pressupõe a dos outros (SANTOS, 2011).

### 2.3.1.1 Auditório

No entanto, a distinção feita no parágrafo anterior, a Antiga e a Nova Retórica aproximam-se quanto à importância dada à noção de auditório:

O que conservamos da retórica tradicional é a ideia mesma de auditório, que é imediatamente evocada assim que se pensa num discurso. Todo discurso se dirige a um auditório, sendo muito frequente esquecer que se dá o mesmo com todo escrito. Enquanto o discurso é concebido em função direta do auditório, a ausência material de leitores pode levar o escritor a crer que está sozinho no mundo, conquanto, na verdade, seu texto seja sempre condicionado, consciente ou inconscientemente, por aqueles a quem pretende dirigir-se (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 7).

Os autores ressaltam a importância de o orador importar-se com o seu auditório e de não pensar que o simples relato de experiências e fatos resultará no interesse por parte do auditório. Quando se trata de um público muito específico, como os leitores de uma revista científica, o auditório naturalmente já está interessado. Em um caso específico como esse, o orador iria apenas manter contato

com o auditório. No entanto, na maior parte das vezes, o orador precisará atrair a atenção do público, porque, sem isso, não se tem a condição adequada para a argumentação.

Esse contato entre o orador e seu auditório não concerne unicamente às condições prévias da argumentação: é essencial também para todo o desenvolvimento dela. Com efeito, como a argumentação visa obter a adesão daqueles a quem se dirige, ela é, por inteiro, relativa ao auditório que procura influenciar (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 7).

Segundo os autores, o auditório do texto escrito é de difícil identificação, porque não é possível determinar com exatidão quem são os leitores específicos de determinada obra.

É por essa razão que, em matéria de retórica, parece-nos preferível definir o auditório como o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação. Cada orador pensa, de uma forma mais ou menos consciente, naqueles que procura persuadir e que constituem o auditório ao qual se dirigem seus discursos (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 22).

O auditório presumido é uma construção do seu orador, pois este tenta, de forma mais ou menos sistematizada e que tenha um alcance real, determinar fatores que sejam comuns àquele público. Esse auditório deve ser pensado de forma realista para que o orador não acabe por ter o efeito contrário ao esperado. Em vez da adesão, a revulsão (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996). Por isso, o conhecimento do auditório deve ser uma condição para a argumentação eficaz.

O orador precisa conhecer e se adaptar ao seu auditório. Conhecer sua cultura, as premissas que aceita sem hesitar, entender suas características sociais, psicológicas e culturais. E, se o auditório for heterogêneo, o orador deve utilizar de múltiplos argumentos para alcançar e parecer digno de fé aos olhos do auditório.

Mesmo que seja formado por uma única pessoa, o auditório ainda pode ter um caráter heterogêneo, se essa pessoa se identifica com múltiplos grupos sociais. Não é possível, por parte do orador, conhecer o auditório sem conhecer os meios pelos quais ele se dispõe a ser influenciado pelo discurso. Alguns desses meios podem ser: a música, a iluminação, a paisagem. Esses meios foram utilizados ao longo dos séculos e muito mais poderosamente com os recentes avanços tecnológicos.

Nessa perspectiva, o orador deve entender que é ele quem precisa se adaptar ao auditório, agir como um *chef* de cozinha que procura agradar ao paladar dos seus convidados, que não cozinha para satisfazer seu próprio prazer. Então, quanto mais requintado e exigente for o auditório mais qualificado terá de ser o orador.

Não obstante, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) questionam até que ponto a adaptação do orador ao auditório é viável, pois o orador tem seus próprios princípios e não deveria abandoná-los em nome de conseguir a adesão de determinado auditório. Ressalva-se, inclusive, que foi a insistência no convencimento do auditório a qualquer custo que levou a Antiga Retórica a cair no descrédito. Diante dessa questão, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) consideram importante entender a diferença entre persuadir e convencer. Para eles, quando o orador se preocupa apenas com o resultado de seus argumentos sobre o auditório, persuadir é mais importante, porque gera ação; mas, quando ele prioriza o caráter racional da adesão, convencer torna-se mais importante.

Para Abreu (2004), quando o orador visa se adaptar ao seu auditório, precisa considerar a extensão dele, se é um país ou uma única pessoa.

O auditório é o conjunto de pessoas que queremos convencer e persuadir. Seu tamanho varia muito. Pode ser do tamanho de um país, durante uma comunicação em rede nacional de rádio e televisão, pode ser um pequeno grupo, dentro de uma empresa, mas pode ser apenas uma única pessoa: um amigo, um cliente, ou um namorado ou namorada (ABREU, 2004, p. 41).

Como se pôde notar, para Abreu (2004), a extensão de um auditório pode variar consideravelmente, indo de uma única pessoa até uma nação inteira. Para compreender essa variação relativa à abrangência do auditório, o autor subdivide-o em universal e particular. O primeiro, o auditório universal, diz respeito ao conjunto de pessoas que não podemos controlar nem medir as variáveis. Por exemplo, um programa de TV, cujo auditório não se pode delimitar, já que todas as faixas etárias, classes sociais, diversas profissões podem assistir a ele, se desejarem. Já o segundo, o auditório particular, é um grupo em que podem controlar as variáveis, como exemplo, um grupo X de uma escola Y. Os estudantes vão ter mais ou menos a mesma idade e apresentarão o mesmo nível de escolaridade e, provavelmente, interesses afins.

Para se argumentar em um auditório particular é preciso que o ponto de vista proposto possa ser defendido também para um auditório universal sempre pensando na ética e no autointeresse. Além disso, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) abordam sobre o inconveniente que pode se instaurar quando o orador foca apenas um auditório particular e acaba por defender argumentos que, se oferecidos a um auditório mais abrangente, podem ser facilmente contestados, porque são visivelmente frágeis, como, por exemplo, certos estereótipos. Assim, considera-se o auditório universal como o conjunto dos acordos, das razões, que são aceitos por todos ou um grande número de pessoas, independente das eventualidades locais ou históricas.

Entender as particularidades sobre o auditório e a relação com o seu orador é essencial para a compreensão da veiculação dos argumentos, pois, como foi abordado, o auditório, para aderir a uma tese, precisa compactuar com as opiniões do orador. Também se ressaltou a importância da postura do orador para o convencimento do auditório, independentemente do tamanho dele, que pode ser apenas uma pessoa ou um país inteiro.

### 2.3.2 Argumentos

Para Abreu (2004), só é possível a veiculação de argumentos se houver na argumentação certas condições que partem da relação do orador com o auditório. A primeira delas é ter uma tese definida. “No plano das ideias, as teses são as próprias ideias, mas é preciso saber quais as perguntas que estão em sua origem” (ABREU, 2004, p. 37). A segunda condição é que o orador tenha uma linguagem comum à do auditório.

Somos nós que temos de nos adaptar às condições intelectuais e sociais daqueles que nos ouvem, e não o contrário [...]. Em um processo argumentativo, nós somos os únicos responsáveis pela clareza de tudo aquilo que dissermos (ABREU, 2004, p. 38).

A terceira condição é ter um contato positivo com o auditório, com as outras pessoas. Aqui, o foco é mais uma vez a promoção das boas relações, respeitando, interagindo com o auditório. Isso cria um sentimento de empatia, fazendo com que o auditório sinta que o orador está sendo atencioso e valoriza aquele momento.

A quarta e última condição da argumentação é agir de forma ética. “Isso quer dizer que devemos argumentar com o outro, de forma honesta e transparente. Caso contrário, ARGUMENTAÇÃO fica sendo sinônimo de MANIPULAÇÃO” (ABREU, 2004, p. 40) [grifos do autor]. Nesse sentido, é preciso que o orador seja verdadeiro, demonstre seus propósitos e suas emoções.

Em suma, as condições da argumentação e a tríade argumentativa estão articuladas. A primeira condição diz respeito ao *logos*, à medida que se dirige à tese defendida. A segunda e a terceira condições da argumentação remetem ao *pathos* (auditório), já que o orador precisa procurar uma linguagem comum à do seu auditório, a fim de firmar um contato positivo com ele, e, assim, gerar abertura e adesão à tese. E, por fim, a quarta condição é agir de forma ética e diz respeito ao *ethos*, ou seja, às características do orador que o tornam confiável ou não perante o auditório.

O orador, para veicular suas teses e conseguir a adesão do seu auditório, faz uso de técnicas argumentativas, utilizando-se de argumentos e das condições adequadas para a Argumentação. Este trabalho destaca as classificações dos argumentos em Abreu (2004) e em Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), tendo em vista a concisão com que ela ocorre no primeiro e, a generalidade e a clareza com que se dão nos segundos autores.

Abreu (2004) divide os argumentos em dois grupos principais: *argumentos quase lógicos* e *argumentos fundamentados na estrutura do real*. Os *argumentos quase lógicos* são: argumento de compatibilidade e incompatibilidade, regra de justiça, retorsão, ridículo e definição (definições expressivas, normativas, etimológicas); já os *argumentos fundamentados na estrutura do real* são: argumento pragmático, argumento do desperdício, argumentação pelo exemplo, pelo modelo ou antimodelo e pela analogia.

Diferindo da classificação adotada por Abreu (2004), Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) identifica as técnicas argumentativas em quatro grupos: os *argumentos quase lógicos*, os *argumentos baseados na estrutura do real*, a *dissociação das noções* e os *argumentos que fundamentam a estrutural do real*. Os autores consideram possível mais de uma forma de conceber a estrutura de um argumento. Um mesmo argumento pode aparecer em mais de um grupo a depender da concepção do orador e de quem o analisa.

Os *argumentos quase lógicos* pretendem ter força de convicção porque se assemelham a raciocínios formais, que são aceitos e incontestados. Essa é a fonte da força em se utilizar esses argumentos. Nesse grupo, destacam-se os seguintes argumentos, consoante Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996): contradição e incompatibilidade, o ridículo, a identidade, a regra de justiça, o argumento de reciprocidade, o argumento de transitividade, a inclusão da parte no todo, a divisão do todo em suas partes, os argumentos de comparação, o argumento pelo sacrifício e probabilidades.

Os *argumentos baseados na estrutura do real* não se apoiam em descrições objetivas do real, mas em opiniões subjetivas referentes a ele. Essas opiniões podem ser chamadas de fatos, verdades ou presunções. Nesse grupo de argumentos, encontram-se dois subgrupos. O primeiro refere-se às ligações de sucessão que trazem os argumentos: o vínculo causal e a argumentação; o argumento pragmático; o vínculo causal como relação de um fato com sua consequência ou de um meio com um fim; os fins e os meios; o argumento do desperdício; o argumento da direção; e a superação.

O segundo remete às ligações de coexistência: a pessoa e seus atos; interação entre o ato e a pessoa; o argumento de autoridade; as técnicas de ruptura e de refreamento opostas à interação ato-pessoa; o discurso como ato do orador; o grupo e seus membros; outras ligações de coexistência; o ato e a essência; a ligação simbólica; o argumento de hierarquia dupla aplicado às ligações de sucessão e de coexistência; e os argumentos concernentes às diferenças de grau e de ordem.

O grupo que trata da *dissociação das noções* é diferente dos demais, porque mostra a argumentação a partir de associações indevidas enquanto os outros mostram as ligações entre os elementos. Essa técnica se dá em revelar que existem elementos que deveriam estar separados ou independentes. “A dissociação das noções determina um remanejamento mais ou menos profundo dos dados conceituais que servem de fundamento para a argumentação” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 468).

O grupo dos *argumentos que fundamentam a estrutura do real*, foco desta pesquisa, faz parte dos procedimentos de ligação que são esquemas que juntam elementos diferentes, estabelecendo uma estrutura para valorizar de maneira positiva ou negativa esses elementos. Esse grupo de argumentos que fundam a

estrutura do real tem seu destaque no que se refere a capacidade de realizar generalizações e uma busca por princípios e regras. Está composto pelos seguintes argumentos: argumentação pelo exemplo, ilustração, modelo e antimodelo, analogia e metáfora. Esse grupo de argumentos será utilizado nas análises, sendo identificadas as recorrências desses argumentos nas Charges selecionadas.

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), o *argumento pelo exemplo* permite ao orador fazer generalizações acerca de algo previamente aceito pelo auditório, para argumentar a favor de determinada tese. Para que um exemplo seja aceito pelo auditório, precisa de estatuto de fato, sem que nada o ponha em dúvida, porque traria um enfraquecimento na adesão à tese.

O *argumento pela ilustração* se difere do *argumento pelo exemplo*: o primeiro busca um reforço a uma regra já aceita, fornecendo casos que são mais específicos para reforçar o geral; enquanto o segundo serve como fundamento para a regra. Outra característica da ilustração é que ela não precisa ser incontestável como é o caso do exemplo.

Por sua vez, o *argumento pelo modelo ou antimodelo* é uma variação do argumento pelo exemplo, já que se vale de exemplos de pessoas estabelecidas como modelos por seus feitos. Se, por um lado, o modelo serve para argumentar a partir de pessoas que nos servem de inspiração, por outro lado, o antimodelo trata daquilo que devemos evitar.

Quando se trata de conduta, um comportamento pode servir para fundamentar e ilustrar uma regra geral e também para estimular uma ação inspirada no modelo, uma ação a ser imitada, ou antimodelo, uma conduta a ser evitada. Normalmente, os sujeitos imitam outras pessoas ou grupos que apresentam grande prestígio. Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), o modelo preconiza uma conduta a seguir e também serve de justificativa a uma conduta adotada. Por isso, a pessoa tida como modelo deve ter suas ações íntegras, caso contrário seus deslizes justificarão muitos outros.

De maneira geral, tudo o que se aplica ao argumento do modelo também se aplica ao antimodelo. No momento de uma escolha, alguém pode eleger um comportamento justamente por ser oposto ao modelo. Sobre o antimodelo, Perelman e Olbrechts-Tyteca consideram que:

[...] um traço importante distingue essa forma de argumentação daquela pelo modelo. Ao passo que, nesta última, propõe-se amoldar-se a alguém, ainda que de forma canhestra, e, assim, a conduta a ser adotada é relativamente conhecida, no argumento do antimodelo incentiva-se a distinguir-se de alguém, sem que nem sempre se possa inferir daí uma conduta precisa. Muitas vezes é por referência a um modelo que será possível certa determinação dessa conduta [...] (1996, p. 418).

Outro argumento que compõe o grupo daqueles que fundamentam a estrutura do real é o *argumento por analogia*. O valor argumentativo da analogia vem da concepção dela como similitude de estruturas. Muitas vezes, em apenas uma frase, é possível demonstrar essa ligação. Abreu (2004) afirma que o orador deve fazer uma relação analógica entre a tese inicial e a tese principal. A fórmula mais genérica seria *a* está para *b* assim como *c* está para *d*.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) chamam de “tema” o conjunto dos termos *a* e *b*, e de “foro” o conjunto dos termos *c* e *d*. Para haver analogia, há de existir uma relação de assimetria entre tema e foro. Estes precisam ser de áreas diferentes, porque, se os dois forem da mesma área, a analogia pode ser trocada por um exemplo, ilustração ou uma comparação. A analogia é importante, uma vez que o foro desempenha importante papel nos desenvolvimentos e prolongamentos por que podem passar a estruturação do tema.

Do ponto de vista da Argumentação, destaca-se, ainda, o vínculo entre a metáfora e a analogia. Segundo a tradição retórica, a metáfora tem grande destaque como a mudança de significação de uma palavra. Essa tradição afirmou o vínculo entre a metáfora e a analogia; e a teoria da argumentação assume essa ligação de modo ainda mais claro. Inicialmente, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) conceberam a metáfora como uma analogia condensada, sendo o resultado da mescla de um elemento do foro com um elemento do tema. A função da metáfora nessa mescla é tornar a analogia mais aceitável. Por isso, quando se observa a argumentação por analogia, percebe-se, comumente, que o orador fez uso de metáforas.

Tratando sobre a metáfora, Fiorin (2014) discute esse estabelecimento de relação entre termos e a define como “uma concentração semântica. No eixo da extensão, ela despreza uma série de traços e leva em conta apenas alguns traços comuns a dois significados que coexistem” (FIORIN, 2014, p. 34). Isso leva a concretização de uma ideia abstrata, reforçando o sentido, por isso tem um forte valor argumentativo.

O autor ainda reforça que a compatibilidade entre dois sentidos são as similaridades, o que é comum aos dois termos, isso aumenta a tonicidade dos elementos. Sobre a dimensão da metáfora, ela pode estar em apenas uma palavra, em uma frase ou em um texto completo. Fiorin (2014) confirma ainda a utilização da metáfora, não só na linguagem verbal, mas em outras linguagens como a visual, também em destaque nessa pesquisa.

Sobre o uso dos argumentos de forma cômica, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) enfatizam que esse uso consolida o acordo que há entre orador e auditório. Além de gerar essa proximidade entre orador e auditório, o uso do cômico serve para desvalorizar e ridicularizar um adversário e divertir o auditório. Os elementos cômicos da Retórica ajudam a descobrir expedientes argumentativos que se deixem revelar com maior facilidade do que com os usos corriqueiros da linguagem. Por isso, é importante a utilização do cômico na Retórica. No caso da Charge, a argumentação pelo cômico tem a ver com a caricatura do real.

O efeito cômico, em certos casos, não proviria, precisamente, do fato de evocarmos os procedimentos habituais de raciocínio, caricaturados para a circunstância, e de observarmos a utilização, fora de propósito, ou abusiva, ou canhestra, de tal esquema argumentativo? (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 213).

É justamente esse esquema caricaturado que a Charge apresenta de cenas, fatos e notícias cotidianas, os quais criam o efeito cômico do argumento, que, se fosse apresentado na sua maneira usual, talvez não cativasse o auditório. Além disso, o discurso concebido como caricatura da realidade pode ser objeto de reflexão do ouvinte. Cada vez que o ouvinte identifica os argumentos veiculados pelo orador, reflete e produz seus próprios argumentos, determinando o crédito que dará a esse discurso.

Nas Figuras 3 e 4, serão observadas as recorrências dos *argumentos que fundamentam a estrutura do real*: argumentação pelo exemplo, ilustração, modelo e antimodelo, analogia e metáfora. Na Charge seguinte, pode-se identificar o argumento pelo exemplo. Na imagem, há um homem e uma mulher que, por inferência, pode-se dizer que é um casal pela aparente proximidade e o assunto sobre as contas domésticas que se observa no texto. Também por inferência, pode-se dizer que eles estão em casa, pois suas vestimentas revelam comodidade, como o homem, por exemplo, que está descalço, com bermuda e camisa regata o que não

seria uma roupa apropriada para um ambiente de trabalho ou algum lugar público onde ele pudesse estar em uma balança.

A partir das informações dadas pelo tópico “Quando você sabe que o ano começou” e o balão de diálogo localizado próximo à mulher, que fala sobre a chegada das faturas dos cartões, pode-se verificar o argumento pelo exemplo, porque faz uma generalização acerca de algo previamente aceito pelo auditório, para argumentar a favor de determinada tese.

Nesse caso, utiliza-se da sequência de gastos vindos do fim de ano com roupas, confraternizações, alimentação e o suposto aumento de peso do homem como saldo negativo para o ano que se inicia. Para que o exemplo seja aceito pelo auditório, precisa de estatuto de fato, sem que nada o ponha em dúvida porque traria um enfraquecimento na adesão à tese que se queria promover. Desse modo, as festividades e o comércio impulsionando as vendas são fatos que geram o aumento dos gastos mais do que nos demais meses do ano.

**Figura 3 – Ano Novo associado ao aumento de peso e às dívidas**



Fonte: Gazeta de Alagoas (05/01/16).

Na Figura 4, a seguir, será enfatizado o *argumento pela ilustração*, que busca um reforço a uma regra já aceita. A imagem mostra um mosquito da dengue dialogando com um agente de endemias e tentando convencê-lo a não borrifar veneno contra ele. Para isso, na fala do mosquito, contida no balão de diálogo, há o argumento da ilustração, reforçando que boas pessoas não fazem mal nem a uma mosca, então também não podem fazer a um mosquito, pois o *argumento pela ilustração* parte dos casos mais específicos para reforçar o geral.

**Figura 4 – Combate ao mosquito Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

A Figura 5, a seguir, exemplifica o uso do *argumento pelo modelo ou antimodelo*. O primeiro serve para argumentar a partir de pessoas que nos servem de inspiração; já o segundo trata daquilo que devemos evitar. No caso da Charge seguinte, pode-se inferir que se trata de um diálogo entre cientistas, por causa do assunto e também das vestimentas. Há uma crítica em relação aos boatos gerados pelo *Facebook*, mas também se identifica uma apreciação sobre a postura de um cientista. Uma das personagens questiona a atitude dos outros dois cientistas, configurando, assim, um antimodelo, pois o cientista, para ser modelo, deveria estar sempre buscando suas informações cientificamente e não em mídias sociais.

**Figura 5 – Crítica a respeito da demora na divulgação do novo planeta**



Fonte: Gazeta de Alagoas (22/01/16).

A Figura 6, adiante, mostra outro argumento que compõe o grupo daqueles que *fundamentam a estrutura do real*, que é o *argumento por analogia*. O valor argumentativo da analogia vem da concepção de similitude de estruturas. Isso é possível ser identificado até mesmo em apenas uma frase, como é o caso da Charge a seguir. A imagem mostra um agente de endemias que vai ao encontro de um mosquito da dengue para borrifar veneno nele. Pelo tópico “Aedes, o

desenrolado”, já se pode entender que o mosquito é esperto e tenta convencer o agente com o argumento “Boas pessoas não matariam nem uma mosca”.

Há uma similitude entre a fala do mosquito e o ditado popular “Não faz mal a uma mosca”, então, por analogia, ele apresenta o argumento de que a mosca está para o mosquito assim como boas pessoas estão para o agente de endemias. O mosquito atrela o sentido de bom a não fazer mal a uma mosca para argumentar.

**Figura 6 – Combate ao mosquito Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

Na Figura 7, a seguir, tem-se um exemplo de argumentação por metáfora. Há na imagem dois homens que, com um canhão, lançam papéis como se fossem bombas. Pela fala de uma das personagens, entende-se que estão sendo expostos fatos de cunho político, do cenário nacional. Esses fatos geraram um fortalecimento pela busca e combate à corrupção. A metáfora na imagem é o tratamento da denúncia como “bomba”. No sentido metafórico, compreende-se, a partir da deflagração de uma bomba, que são gerados estragos. No caso exposto, a veiculação das notícias demonstrará a corrupção de políticos e empresários do Brasil.

**Figura 7 – Escândalos Políticos**



Fonte: Gazeta de Alagoas (13/01/16).

A partir da definição dos grupos de argumentos propostos por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), foi selecionado o grupo daqueles que *fundamentam a estrutura do real* para compor esta pesquisa e as suas recorrências nas Figuras que compõem o *corpus*.

## 2.4 Elementos argumentativos na área jornalística

Breton (1999) faz considerações acerca da Argumentação na Comunicação. Ele enfatiza que as ações humanas têm geralmente como objetivo a arte de convencer a partir da utilização de diversos meios (BRETON, 1999). A argumentação é um meio de convencimento utilizado na comunicação para ativar o raciocínio do ser humano.

A argumentação pertence à família das ações humanas que têm como objetivo convencer. Numerosas situações de comunicação têm, de fato, como finalidade obter que uma pessoa, um auditório, um público adote determinado comportamento ou que eles compartilhem de determinada opinião. Encontram-se frequentemente estas situações na vida cotidiana, tanto no plano da vida privada quanto da vida profissional, como por exemplo no contexto de uma negociação (BRETON, 1999, p. 7).

Em Comunicação, a sedução é uma das técnicas utilizadas para fazer o outro aceitar as opiniões que lhe são propostas. Método mais suave, a sedução é utilizada para que uma pessoa ou público compartilhe da mesma opinião do orador. É comumente utilizada por políticos que se valem de vários artifícios, como o aperto de mão para envolver seu público-alvo. A sedução sempre foi um artifício utilizado para se chegar à convicção. Através do uso de figuras de estilo, à medida que o discurso vai sendo embelezado, torna-se mais convincente. Isso ocorre graças ao modo agradável como o discurso é apresentado.

Segundo Breton (1999), outro modo de convencer sem uso da força física<sup>5</sup> consiste em apelar para a razão. Esse modo é a demonstração. Ele é bastante utilizado por cientistas, para transformar uma afirmação em um fato estabelecido. Já a Argumentação, que faz com que uma opinião seja partilhada e até seguida de uma

---

<sup>5</sup> Isso não é argumentação nem retórica.

ação, distingue-se, consoante Breton (1999), tanto do uso da sedução como da demonstração científica.

Essa separação dos diferentes meios de convencer, no entanto, não é possível na prática social. Isso só é possível teoricamente, porque se identificam, raramente, situações puras de *sedução*, *demonstração* ou *argumentação*. O que ocorre é que, em determinados momentos, um meio de convencer se sobressaia em relação aos outros, isto é, algo dominante.

Para Breton (1999), numa situação de comunicação, a difusão da informação acontece de forma linear pelo esquema: emissor, mensagem e receptor<sup>6</sup>. Na argumentação, o triângulo é formado por *orador* – *auditório* – *argumento*, pois resulta da interação desses três elementos. Eles já foram anteriormente apresentados como a tríade aristotélica, ou seja, o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. E, de acordo com Meyer (2007, p. 48), essa tríade:

[...] recobre três grandes momentos: o *ethos* se apresenta ao auditório e visa captar sua atenção a respeito de uma questão, em seguida ele expõe o *logos* próprio dessa questão, eventualmente apresentando o pró e o contra. E o orador conclui pelo *pathos*, pois dessa vez se trata de atuar no coração e no corpo do auditório, se possível agindo sobre suas paixões, em todo caso sobre seus sentimentos, e mesmo sobre suas emoções

Consoante Breton (1999), existem outros componentes do esquema formado pela opinião do orador e pelo contexto de recepção, que se refere às opiniões e aos valores partilhados pelo auditório. Para o autor, é possível apresentar ideias diferentes sobre o mesmo assunto quando os públicos são diferentes. Nesse caso, a cada auditório serão apresentados os aspectos das opiniões que mais se encaixam com aquele público, e é este o objeto da Argumentação.

Quando um auditório recebe uma mensagem, ela chega a um campo repleto de informações e opiniões. O auditório possui seus valores e suas próprias crenças. Poderia haver uma exceção se o assunto fosse um tema novo em absoluto, mas, no geral, quando uma opinião chega ao auditório já se depara com as opiniões deste.

Na Argumentação, o objetivo do orador é modificar o contexto do auditório enquanto implanta suas novas opiniões. Na Charge, através da sátira, do humor, encontram-se várias técnicas que visam modificar o contexto do auditório

---

<sup>6</sup> O esquema emissor, mensagem e receptor foi proposto pelo linguista Jakobson em sua teoria da comunicação. Neste trabalho, a perspectiva adotada difere dessa proposta, uma vez que trabalha numa visão sociointerativa (FIORIN, 2014).

implantando novas opiniões. Observa-se que essas novas opiniões não chegam a um leitor totalmente leigo, mas que já tem opiniões sobre o assunto, visto que a Charge está totalmente vinculada a outras notícias do mesmo jornal. Nesse caso, a tríade aristotélica, é formada pelo chargista (orador/*ethos*) – assinante/leitor (auditório/*pathos*) – Charges/Textos imagéticos (argumentos/*logos*).

A partir da trajetória histórica, conceitos e importância da Antiga e Nova Retórica, pode-se perceber a contribuição desta corrente para a presente pesquisa no que diz respeito à Argumentação, como um campo de estudos, fecundo e necessário, em meio às práticas de língua(gem) de diversas ordens, a exemplo de textos verbais – como é o caso da Charge. Com os estudos da Nova Retórica, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) classificaram grupos de argumentos que serão utilizados nas análises dessa pesquisa, verificando as recorrências deles no objeto de estudo em destaque, a Charge.

Aliada aos estudos retóricos, a Semiótica vem complementar a análise na relação texto/imagem, que são componentes da Charge. Os estudos semióticos apresentam grande identificação com os estudos retóricos, uma vez que a veiculação de argumentos se dá a partir dos textos e também das imagens. Compreendidos os elementos retóricos, a próxima Seção, partindo dos estudos semióticos, irá situar a Charge como gênero textual/discursivo na esfera do jornalismo opinativo impresso, bem como, suas características e sua composição.

### **3 OS ASPECTOS SEMIÓTICOS NO GÊNERO CHARGE NO JORNALISMO IMPRESSO**

Após a compreensão e a definição dos conceitos da Retórica, é preciso situar o objeto de estudo deste trabalho, o gênero Charge, primeiramente a partir dos estudos Semióticos e depois dentro dos estudos dos gêneros textuais/discursivos e do Jornalismo opinativo impresso. Para que as análises das Charges sejam realizadas, é preciso situá-las em seu quadro comunicacional, o jornal impresso, no caso específico desta pesquisa, e, também, compreendê-las como gênero textual/discursivo, composto não somente de linguagem verbal, mas também de linguagem não verbal.

#### **3.1 O viés semiótico na relação texto/imagem**

Em Barthes (1964), encontram-se questões voltadas ao estudo dos sentidos que a imagem produz e a investigação do viés retórico perceptível na leitura das imagens. Segundo o autor, alguns linguistas colocam dúvidas sobre a natureza linguística da imagem, porque as imagens não se baseiam em uma combinação de unidades digitais como ocorre, por exemplos, com os fonemas. Para Barthes (1964), o senso comum também traz esses questionamentos e dúvidas acerca da imagem. Isso ocorre porque ela é considerada como um lugar de resistência ao sentido.

Conforme o autor, a imagem apresenta três mensagens. A primeira é de natureza linguística como, por exemplo, a legenda, a margem, a etiqueta, que acompanha e comenta a imagem. Às vezes, um nome disposto na imagem, como uma marca, por exemplo, não transmite apenas o nome da empresa, mas sim um significado suplementar, ocorrendo um duplo sentido linguístico da imagem de denotação e conotação.

A segunda mensagem é de natureza icônica não codificada. O signo da mensagem icônica, nesse caso, é apenas o que os olhos do auditório conseguem captar. A terceira mensagem é de natureza icônica codificada. Nesse caso, o signo da mensagem é culturalmente codificado, ou seja, ele passa por uma apreciação sócio-histórica.

O autor questiona até que ponto é possível distinguir a mensagem icônica codificada da não codificada, uma vez que essa distinção não pode ser feita numa

leitura corrente. Quando o auditório contempla a imagem, ele recebe, ao mesmo tempo, a mensagem perceptiva (icônica codificada) e a mensagem cultural (icônica não codificada).

No entanto, essa distinção da mensagem icônica codificada e da mensagem icônica não codificada tem uma validade operativa ao possibilitar a distinção, na análise de imagens, do significante e do significado. O significante relaciona-se aos elementos gráficos como cores, texturas, formas, dimensões, entre outros; enquanto o significado diz respeito à leitura cultural desses elementos pelo auditório. Ainda que a imagem não esteja separada do seu sentido, essa distinção pode auxiliar a explicação do papel da imagem na sociedade. É, dessa forma, que Barthes (1964) justifica a importância de haver essa divisão.

Além disso, deve-se analisar cada tipo de mensagem sem esquecer que, para compreender a estrutura da imagem, é preciso observar todas elas em conjunto, isto é, as relações entre elas. As mensagens icônicas portam informações culturais/simbólicas. A primeira está impressa sobre a segunda, enquanto a segunda aparece como o suporte da mensagem. A imagem literal é denotada e a imagem cultural/simbólica conotada.

Já a mensagem linguística tem como funções a ancoragem e o relevo (BARTHES, 1964). No caso de ancoragem, a mensagem linguística possui uma função de elucidação, todavia, trata-se de uma elucidação seletiva. É uma metalinguagem aplicada somente a alguns dos signos da mensagem icônica e não em sua totalidade. O signo linguístico age para guiar a leitura da imagem. Por isso, a ancoragem é entendida como um controle de leitura.

Do ângulo da mensagem icônica codificada, toda imagem é polissêmica com significados a serem explorados pelos diferentes auditórios. Em Publicidade e também no Jornalismo, a ancoragem pode ser ideológica. Essa pode ser a sua função principal porque a mensagem linguística, em geral, procura guiar o leitor entre os significados da imagem. A partir desse direcionamento, ela privilegia alguns significados e evita outros.

A ancoragem é a função mais frequente da mensagem linguística, ocorrendo, de forma geral, na fotografia da imprensa e na publicidade. Já a função de relevo não é tão frequente, pelo menos, no que se refere às imagens que se dedicam a representar processo, ação ou movimento. Assim, a função de relevo aparece mais em desenhos humorísticos (como é o caso da Charge) e em histórias em quadrinhos

(HQ). Nesse último caso, a palavra, que geralmente representa um diálogo, e a imagem fazem parte de uma relação de complemento. A unidade da mensagem dá-se num nível superior que é o da história, da anedota.

A mensagem linguística com a função de relevo também ocorre no cinema, cujo diálogo não tem a simples função de elucidação, mas dispõe, na sequência da mensagem, de sentidos que não se encontram na imagem e fazem a ação avançar de forma efetiva. Além disso, as duas funções da mensagem linguística (ancoragem e relevo) podem coexistir num mesmo conjunto icônico, podendo existir o predomínio de uma sobre a outra.

A seguir, na Figura 8, serão identificadas as três mensagens da imagem propostas por Barthes (1964): a mensagem linguística (ancoragem e relevo), a mensagem icônica codificada (elementos gráficos, cores, sentido denotativo, real) e a mensagem icônica não codificada (leitura cultural dos elementos, sentido conotativo, figurado).

Na Charge, a ser exemplificada, pode-se identificar a mensagem linguística da imagem que possui as funções de ancoragem e relevo. A função da ancoragem se dá no balão de diálogo da personagem, pois diz respeito ao texto que direciona o assunto, a imagem. Já a função relevo se apresenta através do retângulo à esquerda “Guerra de escândalos” que dá sentido à imagem.

A mensagem icônica codificada trata sobre tudo que se pode observar na imagem, seus elementos, ou seja, dois homens vestidos de terno usando capacetes. Um deles coloca em um canhão vários papéis, o outro homem está observando com alguns binóculos, há uma janela quebrada. Os homens vestem terno e, um deles, usa óculos escuros.

A terceira mensagem, a icônica não codificada, diz respeito à leitura cultural que todos esses elementos juntos apresentam. A leitura vai além de perceber os elementos contidos na imagem, mas inicia a partir desses elementos uma visão mais aprofundada e contextualizada sobre o assunto tratado. A imagem em tela, revela a série de escândalos e delações ocorridas no Brasil, em uma série de investigações que foram feitas e, a partir delas, descobertos muitos esquemas financeiros e políticos, envolvendo pessoas do alto escalão político e empresarial. Se fossem observadas apenas as ilustrações não seria possível depreender todos esses dados, que foram possíveis através da leitura cultural.

**Figura 8 – Escândalos Políticos**



Fonte: Gazeta de Alagoas (13/01/16).

Outra abordagem da Semiótica se encontra em Camargo (1998), trazendo mais algumas categorias que irão compor as análises desta pesquisa. O autor enfatiza que a ilustração em um texto tem mais funções do que simplesmente ornamentação. Segundo ele, a ilustração tem as funções: representativa, descritiva, narrativa, simbólica, expressiva, estética, lúdica, conativa, metalinguística, fática e pontuação.

A imagem pode desempenhar várias funções ao mesmo tempo, ainda que possa se identificar e hierarquizar as mais dominantes. No caso da Charge, as funções que se sobressaem são a lúdica e a conativa, uma vez que ela é elaborada a partir do humor, ironia, sátira e também veicula argumentos que visam à persuasão e ao convencimento do público a quem se dirige.

Para se analisar a imagem, além das funções, é preciso considerar o significado denotativo e conotativo expressos nela. O primeiro se refere ao que está representado na imagem enquanto o segundo diz respeito às associações que podemos fazer a partir do que está exposto. Na Charge, há o significado denotativo quando o desenho significa exatamente o que está ilustrado, seu sentido real. E, o sentido conotativo se dá quando uma imagem expressa em seu significado o sentido figurado, sentido que extrapola a imagem.

Camargo (1998), assim como Barthes (1964), enfatiza a questão da Retórica na imagem. As figuras de linguagem, que são procedimentos muito utilizados na Retórica na veiculação de argumentos, alteram ou enfatizam o sentido das palavras. Muitas dessas figuras têm correspondentes na linguagem visual como é o caso da hipérbole, da metáfora, da metonímia e da personificação.

No caso da hipérbole, como figura de linguagem, consiste em exagerar uma ideia com uma finalidade específica. Na linguagem visual, promove um exagero nos traços da imagem o que é característica marcante da Charge. Nela, muitas personagens são desenhadas com suas características peculiares exageradas, pois isso tanto os identifica, como produz uma sátira através do humor. Esse exagero não é apenas demonstrado nas pessoas, mas em qualquer objeto ou cenário que o chargista queira chamar a atenção.

A metáfora, como figura de linguagem, é a troca de um termo por outro, quando há semelhança entre os dois termos. Em Latim, metáfora significa “mudança, transposição”. Já na linguagem visual, a metáfora se dá na transformação da imagem ou em seu significado nas relações de semelhança, por exemplo, para expressar que uma pessoa levou muito sol na praia, desenha-se um pimentão.

A metonímia, como figura de linguagem, é a substituição de uma palavra por outra, sempre quando há uma relação próxima entre as duas. Essa substituição de palavras pode ser: o autor pela obra, a causa pelo efeito, o concreto pelo abstrato, a parte pelo todo, o gênero pela espécie, o singular pelo plural, entre outras.

Na Retórica visual, a metonímia ocorre na representação de um ser por algo ligado a ele intimamente. No caso da Charge, a metonímia pode ocorrer, por exemplo, se o chargista quisesse falar sobre o ex-presidente Lula, ele poderia colocar apenas uma mão com quatro dedos, não seria necessário desenhar todo o corpo do presidente. Através da parte do corpo, as pessoas já identificariam o todo, que é a pessoa.

A personificação, como figura de linguagem, é a conferência de características humanas aos objetos inanimados ou ao que é abstrato, como, por exemplo, representar animais com emoções. Na linguagem visual, ocorre da mesma forma, é a representação da imagem de objetos inanimados ou do abstrato com características humanas. Um exemplo, na Charge, é a representação de um mosquito da dengue com características humanas. Na imagem, o mosquito aparece com um chapéu, expressão facial com características humanas e voando de costas.

Além de fazer a correspondência dessas figuras de linguagem para o âmbito visual, enfatizando a Retórica da imagem, Camargo (1998) propõe na relação texto e imagem uma coerência interssemiótica que define em três níveis: a convergência, o desvio e a contradição.

Fazer essa análise proposta por Camargo (1998) sobre a coerência entre uma ilustração e um determinado texto é avaliar até que ponto a ilustração está convergindo para os significados do texto, se porventura há um desvio dessa ilustração em relação ao texto ou se, de repente, os dois estão em contradição. No caso da Charge, que é um gênero opinativo composto por texto e imagem, pode-se analisar se há convergência, desvio ou contradição, na relação texto e imagem proposta pelo chargista.

Na Figura 9, a seguir, podem-se observar as funções lúdica e conativa que se sobressaem na Charge. A primeira diz respeito ao humor, a ironia e a sátira que são perceptíveis nessa imagem quando trata de um problema sério como é o caso dos males causados pelo mosquito da dengue, de uma forma irônica e bem-humorada. A segunda trata da função que visa ao convencimento do público através dos argumentos, o que também é perceptível nessa figura em que o chargista chama a atenção da população e do governo para o combate ao mosquito da dengue.

A imagem apresenta o sentido denotativo, pois cada ilustração representa sentido real e não figurado. De acordo com a linguagem visual, pode-se identificar a hipérbole, nos traços exagerados do agente de endemias; e, a personificação nas características humanas apresentadas pelo mosquito *Aedes Aegypti*. Em relação à coerência interssemiótica há uma convergência na relação imagem/texto.

**Figura 9 – Combate ao mosquito *Aedes Aegypti***



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

Partindo da compreensão do viés semiótico na relação imagem e texto apresentados na Charge, é importante definir esse objeto de estudo primeiramente nos estudos dos gêneros textuais/discursivos, situá-lo no jornalismo opinativo impresso e, logo após, focar em sua composição e características particulares.

### 3.2 A relação texto, discurso e gênero

Para iniciar a compreensão dos estudos dos gêneros textuais/discursivos e a identificação da Charge como tal, é preciso, além de sua evolução histórica e dos novos formatos que estes adquiriram ao longo dos anos, entender as relações com os tipos de texto, o discurso, o domínio discursivo e também apontar os conceitos que esta pesquisa adota a partir da base teórica escolhida para a elaboração das análises do *corpus* do trabalho.

#### 3.2.1 Gêneros textuais/discursivos: evolução dos estudos e novos formatos

O estudo dos gêneros textuais/discursivos não é uma prática nova, ocorre sistematicamente desde que Platão iniciou as suas observações sobre eles. Marcuschi (2008) revela que os estudos posteriores são uma nova visão desse tema e foram desenvolvidos por inúmeros autores. Platão e, posteriormente, Aristóteles estudaram os gêneros numa perspectiva literária, até haver uma expansão desses estudos, no século XX, para outras áreas. Desde então, os gêneros não estão ligados somente à Literatura, mas também à Etnografia, Sociologia, Antropologia, Linguística e Retórica.

Isso está tornando o estudo de gêneros textuais um empreendimento cada vez mais multidisciplinar. Assim, a análise de gêneros engloba uma análise do texto e do discurso e uma descrição da língua e visão da sociedade, e ainda tenta responder a questões de natureza sociocultural no uso da língua de maneira geral. O trato dos gêneros diz respeito ao trato da língua em seu cotidiano nas mais diversas formas (MARCUSCHI, 2008, p. 149).

Para Marcuschi (2008), Aristóteles deu início ao estudo sistemático dos gêneros do discurso<sup>7</sup>. Como já citado na seção anterior, inicialmente, Aristóteles concebeu três gêneros do discurso retórico, a saber: deliberativo, judiciário e epidíctico. Em uma visão funcional, o discurso deliberativo era voltado para o aconselhar/desaconselhar, tratando-se do futuro, uma vez que assume esse caráter exortativo. O discurso judiciário, por sua vez, expressa sua função no acusar ou defender e está centrado no passado. Por fim, o discurso epidíctico centra-se no presente com função de elogiar ou censurar. Essa classificação compreendia os

---

<sup>7</sup> O discurso é no sentido de domínio discursivo.

gêneros do discurso com os quais o cidadão habilitava-se a participar da vida pública democrática na Antiga Grécia.

Com a popularização da cultura impressa no século XV e, logo após, a industrialização no século XVIII, os gêneros de participação na esfera pública multiplicaram-se. No século XX, com o aparecimento da cultura eletrônica, houve uma potencialização ainda maior dos meios de comunicação e de participação cidadã nessa esfera. Segundo Marcuschi (2002), essas transformações justificam-se porque os gêneros comportam-se como práticas sócio-históricas, isto é, eles são entidades sociodiscursivas, maleáveis, dinâmicas e plásticas, que respondem às transformações por que passa a sociedade.

Não se pode falar que os novos gêneros são inovações absolutas, pois muitos têm seus fundamentos em gêneros antigos, constituindo mutações destes. Tornam-se novos pela maneira como se relacionam com os usos da linguagem. Esses gêneros emergentes, como é o caso da Charge e dos Blogs apresentam novos aspectos quanto à relação com a oralidade e com a escrita, ampliando ainda mais suas fronteiras, além de utilizarem-se dos vários tipos de semiose, como sons, imagens, formas em movimento e outras.

A linguagem dos novos gêneros torna-se cada vez mais plástica, assemelhando-se a uma coreografia e, no caso das publicidades, por exemplo, nota-se uma tendência a servirem-se de maneira sistemática dos formatos de gêneros prévios para objetivos novos (MARCUSCHI, 2002, p. 21).

A inserção de um gênero em um novo quadro comunicativo e funcional resulta na transformação deste gênero em outro, visto que agora atende a objetivos diferentes. Por exemplo, se um texto for publicado numa revista científica, será um artigo científico, mas, se publicado em um jornal, será um artigo de divulgação científica, e assim por diante.

Em algumas funções, os gêneros são distintos, justamente porque foram se multiplicando para atender à variedade de atividades a qual se tem no cotidiano. Um gênero pode surgir do desmembramento de outro, de acordo com a situação ou com as novas tecnologias, como é o exemplo da televisão e da internet. Um gênero forma outro e assim vão surgindo novas formas de acordo com as diversas atividades. Não são formas essencialmente novas, mas derivadas, como, por

exemplo, os *chats*, que são conversações por meios eletrônicos ou os *blogs* derivados dos diários, entre tantos outros.

Com essa diversificação dos gêneros a partir dos locais onde está situado, faz-se necessário apresentar a noção de *domínio discursivo*. Trata-se da *esfera de produção discursiva* ou *atividade humana* a que um gênero se vincula. O domínio não é um texto, mas é o campo onde aparecerão discursos específicos, envolvendo algumas atividades como o discurso jurídico, discurso jornalístico e o discurso religioso, não abrangendo um gênero, mas dando-lhe origem<sup>8</sup>.

Na vida particular/vida pessoal, os gêneros têm menor estabilidade formal, e os gêneros ligados à vida pública são mais estáveis e em alguns casos até rígidos, a exemplo dos documentos em geral. O dinamismo percebido nas formas e funções dos gêneros diz respeito à maneira como os artefatos culturais circulam, em específico, os textos.

Outro ponto a ser esclarecido consiste na diferença entre tipo textual e gênero textual/discursivo, pois essa distinção, comumente, não é vista com clareza. Em primeiro lugar, assumindo-se a definição de língua como atividade social, histórica e cognitiva, é impossível a comunicação verbal que não seja através de um gênero, assim como é impossível que ela ocorra sem a mediação de um texto. Nesse sentido, os gêneros mostram-se como ações sociodiscursivas.

Nesse contexto teórico, a língua é tida como uma forma de ação social e histórica que, ao dizer, também constitui a realidade, sem contudo cair num subjetivismo ou idealismo ingênuo. Fugimos também de um realismo externalista, mas não nos situamos numa visão subjetivista. Assim, toda a postura teórica aqui desenvolvida insere-se nos quadros da hipótese sociointerativa da língua. É nesse contexto que os gêneros textuais se constituem como ações sócio-discursivas para agir sobre o mundo e dizer o mundo, constituindo-o de algum modo (MARCUSCHI, 2002, p. 22).

Os gêneros textuais/discursivos são realizações linguísticas concretas, os textos materializados, que fazem parte da vida cotidiana, apresentando conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Enquanto os tipos textuais são restritos, os gêneros textuais/discursivos são inúmeros e podem ser exemplificados por uma lista de compras, um *outdoor*, uma resenha, um cardápio de

---

<sup>8</sup> Nesse sentido, pode-se recordar, aqui, que Aristóteles também classificou os gêneros do discurso segundo *domínios discursivos* predominantes na Grécia antiga: discurso jurídico (judiciário), discurso político (deliberativo) e discurso laudatório (epidíctico).

restaurante, uma bula de remédio, um horóscopo, um edital de concurso, uma piada, uma ata de reunião de condomínio, uma reportagem, uma Charge, entre outros.

Conforme Marcuschi (2002), os tipos textuais constituem sequências linguísticas e não são textos empíricos. São construções que envolvem aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais e relações lógicas. Se, por um lado, há uma infinidade de gêneros textuais/discursivos; por outro lado, os tipos textuais abrangem apenas as seguintes categorias: narração, argumentação, exposição, descrição, injunção e dialogal.

Além dos cinco tipos textuais propostos por Marcuschi (2002), há autores que propõem outra tipologia, como é o caso de Adam (2008) que traz em sua definição da tipologia textual o dialogal que abarcaria gêneros como a entrevista, o *chat*, sequências que expressam o diálogo.

Tratando-se ainda da distinção entre gênero e tipo textual, quando se diz, por exemplo, que a carta pessoal é um tipo de texto informal, comete-se aí um equívoco, pois tipo de texto refere a certos arranjos de elementos linguísticos, que, como se viu anteriormente, podem resultar em sequências do tipo narrativo, descritivo, argumentativo, expositivo, injuntivo e dialogal (dependendo da classificação adotada). Esses tipos de texto viabilizam os gêneros, de tal modo que, em um único gênero, diferentes tipos textuais podem ser encontrados. Em todo caso, pode-se quase sempre eleger um tipo textual predominante neste ou naquele gênero em particular, ressalva Marcuschi (2002).

Assim, compreende-se a diferença entre tipo textual, gênero textual/discursivo e domínio discursivo. O primeiro designa a produção de sequências linguísticas típicas; o segundo, a predominância de aspectos de ação prática; e, o terceiro compreende as grandes esferas da atividade humana em que os textos se encontram. Observando-se tais distinções, entende-se gênero como uma entidade comunicativa, que se realiza em textos nas comunidades de práticas sociais, os quais estão inseridos nos domínios discursivos específicos.

Pensando na plasticidade dos gêneros, pode-se depreender que não são entidades estáticas e, por isso, não é possível delimitá-los numa lista. São caracterizados não como entidades naturais, como ocorre com os animais, mas, antes, como artefatos construídos ao longo da história pelo homem (MARCUSCHI, 2002, p. 29). Desse modo, eles não se deixam definir de uma vez quanto à totalidade de suas propriedades. Qualquer definição de gênero pode fornecer

apenas propriedades básicas, já que trata de um fenômeno social em permanente construção. Tanto é assim que um gênero pode apresentar-se com outra forma e continuar a cumprir o mesmo papel social, como, por exemplo, uma crônica em forma de poema que, embora não apresente o formato canônico de crônica, não deixará de atender ao objetivo para o qual ele foi escrito.

No exemplo citado acima, ocorre um processo através do qual um gênero assume o formato de outro para lhe tirar proveito, ou seja, o gênero artigo de opinião tira proveito da forma poema. Há *intertextualidade intergêneros* que se refere à mistura de formas e funções dos gêneros. Esses processos reforçam o caráter dinâmico dos gêneros textuais/discursivos.

A questão da intertextualidade intergêneros evidencia-se como uma mescla de funções e formas de gêneros diversos num dado gênero e deve ser distinguida da questão da heterogeneidade tipológica do gênero, que diz respeito ao fato de um gênero realizar várias sequências de tipos textuais [...] em princípio, isto não deve trazer dificuldade interpretativa, já que o predomínio da função supera a forma na determinação do gênero, o que evidencia a plasticidade e a dinamicidade dos gêneros (MARCUSCHI, 2002, p. 31).

Por muito tempo, o aspecto dos estudos de gênero mais considerado era a forma. A emergência da perspectiva histórico-social da língua permitiu que a noção de relatividade se sobrepusesse aos aspectos formais, contemplando melhor o caráter fluído dos gêneros textuais/discursivos. Eles estão intimamente ligados ao funcionamento da língua, às atividades culturais e sociais, e, por isso, não se deixam apreender por classificações duradouras.

Desde que não concebamos os gêneros como modelos estanques nem como estruturas rígidas, mas como formas culturais e cognitivas de ação social corporificadas de modo particular na linguagem, temos de ver os gêneros como entidades dinâmicas (MARCUSCHI, 2005, p.18).

Para Marcuschi (2005), na diversidade de teorias e estudos sobre os gêneros, aqueles que privilegiam a forma estão em crise, pois o gênero é flexível, variável, assim como o seu componente crucial, a linguagem. A língua muda e os gêneros também, eles renovam-se, multiplicam-se.

Os gêneros envolvem-se sob critérios sociais e linguísticos, uma vez que eles não são estruturas que se sobrepõem às sociais. São sensíveis à realidade e estão envolvidos com as formas de comunicação existentes (MARCUSCHI, 2005). Assim,

agenciam as relações e as práticas sociais em seus aspectos cognitivos, ideológicos e culturais. Os gêneros combinam todos esses aspectos da vida social, traduzindo-a de modo funcional e organizacional.

Marcuschi (2005) esclarece que toda manifestação da língua não se dá com elementos linguísticos isolados, mas no seu uso coletivo. As instituições marcam esse uso coletivo da língua, às vezes de maneira mais forte e outras, menos forte. Há casos em que a autoria do discurso é mais marcada do que em outros. O primeiro caso, em geral, ocorre em ações sociais ou coletivas com menor possibilidade de mudança, como no discurso político, em que o legislador deve falar em nome do povo, isto é, do interesse público. O segundo caso, diversamente, ocorre em ações sociais que apresentam marcas de autoria mais fortes, como, por exemplo, nos discursos literários e científicos.

### 3.2.2 A compreensão entre gênero, texto e discurso

Cabe, também, ressaltar a distinção entre texto e discurso. Compreende-se que, por um lado, texto “é uma entidade concreta realizada materialmente e corporificada em algum gênero textual” (MARCUSCHI, 2002, p. 24). Por outro lado, entende-se que “discurso é aquilo que um texto produz ao se manifestar em alguma instância discursiva” (MARCUSCHI, 2002, p. 24). Vê-se, assim, que os textos realizam discursos em situações históricas, sociais e institucionais específicas.

A prática social do discurso depende, então, de uma categoria que seja adequada aos diversos tipos de ação social pela linguagem, que, em determinado momento, ofereça maior fluidez, e, noutro, maior estabilidade. A categoria apropriada é o gênero textual/discursivo, indiferentemente da distinção entre o social e o discursivo, porque essa diferenciação visa determinar certos critérios para a categoria gênero.

Marcuschi (2005) exemplifica que há uma grande variedade no que diz respeito aos gêneros que aparecem no cotidiano, como a escritura da casa, conta de luz, conta de água, entre tantos outros. Eles existem, além da fala e da escrita, em outros modos linguísticos como o som, imagem, gestos, imagens em movimento, entre outros que também têm sua importância.

Para Silveira (2002), ainda existem polêmicas, do ponto de vista teórico, em torno do conceito de gênero que ainda precisam ser solucionadas. Isso se deve ao

fato de o termo gênero transmitir diferentes e difusos significados ao longo da história, principalmente nos estudos literários de onde os primeiros estudos sistemáticos surgiram. O termo ainda circula no mundo das artes, no cinema, na música, entre outros.

De acordo com a autora, uma questão esclarecedora e importante é que o domínio dos gêneros habilita as pessoas a não necessitarem criar uma forma de se comunicar cada vez em que estiverem numa situação de comunicação repetida do cotidiano. Além disso, é possível também prever o gênero utilizado pelo outro numa conversa, antes mesmo de as palavras serem pronunciadas, de tão comum que se torna o uso de determinados gêneros, em certas situações.

Os gêneros estão presentes em todas as atividades humanas que passam pela atividade discursiva. Às vezes, os gêneros passam até imperceptível teoricamente de tão naturais e frequentes que são. Existem aqueles gêneros mais bem padronizados e outros mais livres. Silveira (2002) esclarece que existem gêneros mais livres, que fazem parte do cotidiano como a fofoca, lista de compras; e outros são mais bem padronizados como é o caso dos documentos em instituições burocráticas.

Silveira (2002) aponta que, muitas vezes, ocorrem distorções entre a noção de texto e de gênero. Acontece que os termos se tornam sinônimos ou se distinguem de maneira inconsistente. A noção de texto abrange qualquer manifestação da capacidade textual do ser humano. Em uma contemplação mais ampla, essa manifestação pode englobar amostras como um filme, uma música e muitas outras. Na visão da linguagem verbal, o texto demarca uma sequência de palavras e, mais do que isso, um evento comunicativo. O discurso manifesta-se por meio de textos falados ou escritos.

Antes de tudo, os gêneros são textos. No entanto, existem alguns traços característicos que ainda precisam de esclarecimento, especialmente por ainda se considerar o texto como toda manifestação discursiva. Para se compreender o gênero linguisticamente, é preciso entender que, quando uma pessoa se comunica, ela não cria uma forma de se relacionar, mas usa a que já existe.

Essas formas de se comunicar estão disponíveis em todas as culturas, cada uma à sua maneira. Uma fofoca contada, por exemplo, é um gênero falado do cotidiano familiar. Já uma bula de remédio é um gênero escrito. Como é visível, o gênero está em toda a atividade do cotidiano, situações repetidas e historicamente

estabilizadas. Essa estabilidade é relativa, pois os gêneros mudam, assim como há inúmeras mudanças numa comunidade.

No caso da Charge, constitui-se um gênero por seu caráter social, apresentando pequenos textos que, em seu conteúdo, trazem aspectos da vida cotidiana com um estilo e uma composição característicos. Não se trata de um texto independente no jornal, mas veiculado a um conjunto de notícias emergentes da sociedade. Esse gênero surgiu com o uso das tecnologias da comunicação, trazendo um novo elemento de semiose que é a imagem. O gênero Charge, especificada nesta pesquisa, está veiculada a um jornal diário, provando seu caráter jornalístico.

Na Charge, o texto existe antes da elaboração dos desenhos, pois a confecção deste gênero parte das notícias que estão em destaque naquele momento. Essas notícias, ainda que fossem faladas, vêm após o discurso, visto que a língua é antes uma atividade discursiva. Em cada manifestação do discurso, os fatores sociais e econômicos são expressos. Assim, também, a Charge reflete esses fatores sociais que pautam a sua elaboração. No jornal diário, ela expressa, tanto pelas imagens quanto pelos textos, vários fatores da vida cotidiana. As pessoas que formam uma cultura específica, como a cultura alagoana, reconhecem empiricamente os gêneros mais utilizados, nesse caso, a Charge, objeto de análise deste estudo.

Apresenta-se, a seguir, a Figura 10, que retrata bem as mudanças que ocorreram com os gêneros ao longo dos anos, principalmente, a partir das tecnologias, pois revela a ampliação que os gêneros sofreram, neste caso, comportando também a imagem.

A Figura mostra a inserção da Charge no quadro comunicativo funcional no qual ela está inserida que é o jornal impresso Gazeta de Alagoas, de circulação diária, em Maceió – AL, na página A4, do caderno de Opinião. O domínio discursivo do qual as Charges em análise nesta pesquisa fazem parte é o Jornalismo, e, seu discurso, é o jornalístico. O domínio não é o texto, mas é o campo onde aparecerão discursos específicos, neste caso, o campo do Jornalismo, que envolve e dá origem ao gênero Charge.

Segundo os conceitos de Marcuschi (2002), as Charges são gêneros textuais/discursivos, pois são realizações linguísticas concretas, textos materializados, que fazem parte da vida cotidiana, apresentando conteúdos,

propriedades funcionais, estilo e composição peculiares. Em relação aos tipos textuais, que são apenas seis categorias (narração, argumentação, exposição, descrição, injunção e dialogal), a Charge tem caráter predominantemente argumentativo.

Em seu discurso, o gênero em destaque, não apresenta sequência de fatos, por exemplo, como ocorre narração, mas argumenta, através da sátira, da crítica, vivências do cotidiano de uma determinada sociedade. No caso desta pesquisa, são retratadas as vivências e cenas cotidianas da sociedade de Maceió, onde circula o jornal em que as Charges destacadas são veiculadas.

Figura 10 – Editorial do jornal

**A 4 Opinião**

  
**ORGANIZAÇÃO ARNON DE MELLO**  
Conselho Estratégico  
CARLOS MENDONÇA (Presidente), CARMEN LÚCIA DANTAS (Secretária), ENAURA QUEGUEIRA ROSA E SILVA, HUMBERTO GOMES DE MELO, VINÍCIUS MAIA ROBBE, ÁLVARO VASCONCELOS E MILTON HÊNIO DE GOUVEIA  
Diretor Executivo  
**LUIS AMORIM**

**.EDITORIAL**

**Revisão aumenta participação fiscal**

O governo garante que aperfeiçoou a metodologia para cálculo do Índice de Participação dos Municípios (IPM), assegurando transparência nos valores repassados aos municípios. Foram meses de estudos e diálogo com as prefeituras e secretarias municipais de finanças até chegar aos indicadores base para repasses do ICMS, em 2016.

Desses encontros, organizados em parceria com a Associação dos Municípios Alagoanos (AMA), saíram soluções para dúvidas dos prefeitos, além da correção de dados. Equipes da Sefaz realizaram um trabalho de apuração junto a diversos órgãos públicos, como Agência Nacional do Petróleo (ANP), Casal e IBGE, recolhendo informações mais precisas e qualificadas sobre a realidade econômica e social de cada município.

A listagem definitiva foi publicada no Diário Oficial do Estado e traz novidades favoráveis a algumas prefeituras.

A revisão técnica das informações utilizadas possibilitou o ajuste dos índices às contribuições reais de ICMS, permitindo correções do índice que chegaram a gerar até 63% de incremento nessa receita.

Foi assim para a Prefeitura de Maragogi, que possuía um índice de participação de 0,44 e, com a revisão, passou para 0,72.

Além de Maragogi, outros cinco municípios tiveram incremento acima de 40% em seus índices, como São José da Tapera, que saiu de um IPM de 0,33 para 0,51; Dois Riachos, com IPM de 0,19 para 0,33; Limoeiro de Anadia, com IPM de 0,43 para 0,65 e Major Izidoro, com IPM de 0,34 para 0,51.

GAZETA DE ALAGOAS, 10 janeiro 2016, Domingo

**.CHARGE**



**.ARTIGOS**

**A MISSÃO: GOVERNAR**

» JOAQUIM BRITO – secretário de Estado da Assistência e Desenvolvimento Social

Na campanha eleitoral de 2014, o então candidato Renan Filho costumava encerrar seus pronunciamentos afirmando: "...Se o povo de Alagoas me conceder a honra de governar o meu estado, será a grande missão da minha vida". A oportunidade foi concedida e Renan Filho cumpre o dever de governar como uma missão, com obstinação, vocação e determinação.

Não vou nem priorizar os atos administrativos da rotina do governante – se bem que praticados com absoluto acerto – e que intensificaram o equilíbrio fiscal, tornaram menor pesada a máquina administrativa, garantindo a valorização dos servidores públicos, fazendo de Alagoas referência nacional no enfrentamento da grave crise econômica, política e de desenvolvimento que infere ao Brasil.

Falo de mudanças de paradigmas, de inversão de prioridades, onde o modelo de gestão é formado na meritocracia – cada componente tem metas a cumprir, são avaliados e mensurados constantemente.

A sociedade ocupa a posição maior no organograma do estado, o que é visível em cada etapa do "Governo Presente". Há discernimento, clareza e convicção dos focos estabelecidos e das marcas que se quer registrar, o que assegurará melhorias de indicadores.

É notável a capacidade do governador em enfrentar e superar dogmas. Fez uma reforma fiscal que provocou justiça social, tributando os que podem mais e até reduzindo impostos dos que precisam pagar menos. Acabou com a anomalia – o privilégio tributário do setor sucroenergético – Entretanto, reconhecendo o indiscutível valor deste setor para nossa economia, cuidou em assegurar crédito à custo barato para a necessária recuperação destas empresas.

A reestruturação do AL Previdência é a garantia da aposentadoria digna para os servidores, como acontece em todas as empresas estatais desse Brasil.

Ou alguém deixará de reconhecer a grandeza de uma Previ, Petras, Elétricas, etc?

Substituir a política de endividamento progressivo por instrumentos de concessões e parcerias político-privadas é uma meta do Governo de Alagoas para superar dificuldades de investimento e impulsionar um novo ciclo de desenvolvimento econômico, com regras bem definidas e um marco regulatório que dê segurança a todos.

O compartilhamento de determinados serviços do estado com organizações sociais, a exemplo do que já acontece no Governo Federal, também deve ser tratado sem preconceitos.

Por fim, destaco a maneira respeitosa e ativa como o governo vem interagindo com os demais poderes constituídos: Legislativo, Judiciário, Ministério Público, Tribunal de Contas etc., bem como, seu diálogo e diplomacia com a Associação dos Municípios e União de Vereadores de Alagoas extensivo as entidades da sociedade civil.

Aqui, não falei sobre as várias pontos relevantes do dia a dia, que talvez sejam os mais avocados por muitos. Como disse, minha intenção foi comentar um governo que tem missão, é capaz de inverter prioridades, estabelecer marcos, superar dogmas e paradigmas.

É o meu ponto de vista. Não falo pela equipe de governo, nem pelo meu partido. Cumpro a exortação bíblica "...A quem honra, honra..."

O governo reconheceu que os dados de cerca de 80% dos municípios estavam defasados. Historicamente as prefeituras sempre reclamaram desses cálculos, argumentando que muitos índices apresentavam absoluta defasagem. A estrutura fazendária foi então mobilizada para atualizar dados fiscais dos 102 municípios.

Havia ainda informações incorretas nos documentos de arrecadação que empresas encaminhavam às receitas federal e estadual. O movimento econômico de cada município é um dado considerado para efeito do cálculo do IPM. Por sua entidade de classe, os prefeitos acreditam que a revisão das informações resultou em um cálculo mais justo.

Resta agora ao cidadão acompanhar essa distribuição, para saber de que forma o dinheiro público será aplicado.

**GAZETA**  
DE ALAGOAS

Editor-Geral: **Claudemir Araújo**  
Diretor Comercial: **Leonardo Simões**

www.gazetaweb.com | gazeta@gazetaweb.com

**REDAÇÃO**  
Maceió - 54020-1754  
Fax: (51) 4282-7728

**COMERCIAL**  
Maceió - 54020-1754  
Fax: (51) 4282-7708

**SECURIDADE**  
Assinatura - (51) 321-390222  
PLAC: Pimenta, 311  
Cidade: Maceió - 54020-1754  
% de entrega: 95% em todo o Estado de Alagoas

**SERVIÇO DE ENTREGA**  
ASSINANTE - 514  
54020-1754

Estabelecimento: Redação, Administração, Depto. Comercial, Rua Manoel de Medeiros, 215, Vila Olímpica, Cidade de Deus, Maceió - Alagoas, CEP: 54020-1754, Telefone: (51) 4282-7708, Fax: (51) 4282-7708

OS ARTIGOS ASSINADOS SÃO DE RESPONSABILIDADE DOS SEUS AUTORES, NÃO REPRESENTANDO, NENHAMENTE, A OPINIÃO DA GAZETA.

O nosso endereço eletrônico é: [www.gazetaweb.com](http://www.gazetaweb.com)

**VENDE-SE POR:**

Localidade	Categoria	Valor	Localidade	Categoria	Valor
Maceió	54020	R\$ 1,20	Maceió	54020	R\$ 1,20
Aracaju	54020	R\$ 1,20	Aracaju	54020	R\$ 1,20
Palmeira	54020	R\$ 1,20	Palmeira	54020	R\$ 1,20
Monte Largo	54020	R\$ 1,20	Monte Largo	54020	R\$ 1,20

**IVC** **ANU**

ANUNCIE NOS CLASSIFICADOS  
4009-7070

**GAZETA**  
DE ALAGOAS

## O ESTRESSE NOS DIAS ATUAIS

» MILTON HÊNIO - médico e membro das academias de Medicina, Letras e do IMLA.

O brasileiro tem passado por grandes dificuldades, por terríveis momentos de angústia nos últimos meses e que, infelizmente, tem roubado a sua paz. A alta do dólar, o desemprego, a inflação, a perda da paciência por estímulos negativos, problemas familiares, enfim, todos os motivos que fazem o organismo sofrer. E lá surgem as doenças como consequência: hipertensão arterial, piora de sua diabetes, insônia, depressão, gastrite, úlceras e o câncer. Os dados estatísticos ainda imprecisos de 2015 nos deixam impressionados: o ano terminou com 40 milhões de depressivos, 30 milhões de diabéticos, 50 milhões de hipertensos. Faleceram de morte súbita 130 mil brasileiros e houve um infartado a cada cinco minutos. E para o desespero de milhões de brasileiros doentes e que dependem do SUS, os hospitais estão lotados e sem verbas suficientes

para um atendimento condigno como mostra todos os dias a televisão. Aí, então, surge o desespero, a angústia, a sensação de abandono do ser humano, no final a depressão. A pior sensação que um indivíduo pode sentir é a falta de paz de espírito, a solidão, a falta de carinho, principalmente o idoso. É terrível! Estamos, infelizmente, vivendo esses instantes, hoje, quando empregos são perdidos por fechamento de lojas e indústrias. E lá vem o sofrimento. O estresse sempre existiu como parte integrante da vida em todas as épocas da história. Bem recente a Grécia, Portugal, a Espanha e na II Guerra Mundial foi bárbaro. E assim um mundo enlouquecido. Então, no meio de tantos conflitos aqui no Brasil só nos resta ter muita fé em Deus e pensar como a tartaruga, sem pressa, esperando sempre bons resultados. Ela não se altera com

nada e vive 130 a 170 anos.

Meu caro leitor, quero lembrar como médico a você que, quando a gente tem uma grande contrariedade, uma profunda emoção, um choque, uma notícia desagradável, há um aumento da pressão arterial, acúmulo de colesterol e alterações na coagulação do sangue. O termo estresse é um dos que adquiriram carteira de "cidadania universal". É utilizado por qualquer pessoa independente de sua condição social. Infelizmente, reflete uma realidade penosa no mundo moderno. O ser humano nos dias de hoje "mal vive" ou "desvive".

Então vamos pedir a Deus que nos ajude e que os homens entendam que a vida é uma passagem e procurem viver em plenitude e não num inferno. Você que se fela? Olhe sempre para frente. O Espírito de Deus habita em você. Somos apenas viajantes do tempo.

## A ESCRAVIDÃO DO MEDO DA MORTE

» DOM HENRIQUE SOARES DA COSTA - bispo de Palmeiras (PE).

A Epístola aos Hebreus afirma que Jesus, fazendo-se homem, "libertou os que, por medo da morte, passaram a vida toda sujeitos à escravidão" (Hb 2,15). Que significam tais palavras? Que medo da morte é este? E, por que ele escraviza assim tão fortemente, a ponto de necessitar da encarnação do Filho eterno? E como o Filho nos liberta dessa escravidão?

Morte é tudo aquilo que nos nega, que nos contrasta: cada tristeza, cada renúncia, cada derrota, cada decepção, cada perda, cada separação, cada medo, cada solidão, cada lágrima derramada, cada fracasso. Morte é, enfim, a morte do termo da nossa vida. E temos medo da morte. A ansia que temos de viver é tamanha, que pensamos dever fazer tudo do nosso modo para escapar das experiências negativas e dolorosas, custe o que custar... E, nesta ilusão, quebramos propósitos, rompemos compromissos, transgredimos preceitos do Senhor, esquecemos o

próprio Deus, e pensamos, e dizemos, e gritamos: "Tenho que ser feliz, tenho o direito de ser feliz, o único que importa é ser feliz do meu jeito!" or medo de morrer as mortes da vida, terminamos por cair na morte da escravidão de nós mesmos, do nosso pecado. Bem que Jesus nos previne: "Quem quiser salvar a sua vida, vai perdê-la" (Mt 16,25).

Jesus nos salva de tamanha e tão total perdição. Ele Se fez um de nós, viveu em tudo a nossa condição; mas, não teve medo da morte! Abandonou-Se totalmente nas mãos do Pai, fazendo-Se a Ele obediente até a morte e morte de cruz! Nos embates e lutas da vida,

Ele aprendeu a obedecer no sofrimento (cf. Hb 5,8s) tornando-Se livre e libertador! Jesus foi livre - totalmente livre - a ponto de exclaimar: "Ninguém tira a Minha vida. Eu a dou livremente. Tenho o poder de entregá-la e o poder de retomá-la. Este é o preceito que recebi do

Meu Pai" (Jo 10,18). Assim livre, senhor de Si, totalmente obediente, Ele foi até a cruz. Ressuscitado, dá-nos Seu Espírito que, agindo em nós, configura o nosso coração ao coração do Salvador, colocando a nossa vida na Sua obediência e na Sua liberdade. Estas coisas dizem respeito a cada um de nós! O próprio Jesus nos preveniu: "Se o Filho vos libertar, se-reis realmente livres" (Jo 8,36). É Ele - somente Ele - Quem, de fato, nos livra da morte, pois é o único que é capaz de nos fazer atravessar os vales das mortes e entrar na vida verdadeira. Vá: seja livre; largue tantas escravidões, geradas da tola ilusão de salvar você mesmo a sua vida, às vezes passando por cima de Deus, dos outros e até da sua consciência.

Seja livre, meu Leitor! Sejamos nós livres! ara isto fomos criados e salvos por Cristo: "Foi para a liberdade que Cristo nos libertou!" (Gl 5,1).

Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

A partir da Figura 10, foi possível perceber o posicionamento que a Charge ocupa no jornal impresso, bem como o seu destaque na página do editorial e sua relação com os demais gêneros, muitas delas tratando sobre o mesmo assunto. Também foi possível observar mais algumas características desse gênero em análise nesta pesquisa.

### 3.3 A Charge situada no jornalismo opinativo impresso

Para situar o objeto desta pesquisa, buscou-se em Marques de Melo (2003) uma abordagem sobre a evolução histórica do jornalismo, bem como a definição sobre os gêneros opinativos jornalísticos. Nessa obra, o autor retoma a época a qual

a imprensa deixou de ser uma construção individual, uma vez que, antes, os jornais eram produzidos por uma só pessoa, depois, se tornou uma instituição. Com várias pessoas na produção do jornal impresso para expressarem opinião, o caráter dessas organizações se tornou mais complexo.

Essa variedade de opiniões gera tendências diversas e conflitantes. Isso é o reflexo do processo de industrialização, pois a realidade passou a ser captada por diferentes núcleos de emissoras. Contudo, conforme Marques de Melo (2003)

Talvez não se possa falar de pluralismo, porque toda instituição jornalística possui uma linha editorial que, através da seleção de informações (pauta, cobertura, copidesque), entrelaça o fluxo noticioso e lhe dá um mesmo sentido ( p. 102).

Acredita-se, no entanto, que, por serem várias as instituições jornalísticas, haja uma abertura para diferentes pontos de vista, a qual varia de instituição para instituição e depende sempre da conjuntura política e nacional. Assim, a valoração dos acontecimentos dá-se através dos gêneros opinativos e surge de quatro núcleos: a empresa, o jornalista, o colaborador e o leitor.

A opinião da empresa aparece oficialmente no editorial. Já a opinião do jornalista é exposta através do comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e, eventualmente, artigo de opinião. A opinião do colaborador se expressa pelos artigos; e a do leitor manifesta-se pela carta. Esses gêneros possuem características comuns do ponto de vista da estrutura da redação, mas cada um apresenta sua própria identidade na esfera do jornalismo brasileiro.

Quase todos esses gêneros são universais, presentes em diversos países. Mas, no Brasil, assumem uma caracterização própria, ainda que guardem traços de sua origem europeia e norte-americana. O esboço da caracterização de cada gênero segue suas manifestações no jornalismo brasileiro, privilegiando o impresso. Marques de Melo (2003) categoriza os gêneros opinativos jornalísticos como editorial, comentário, artigo, resenha ou crítica, coluna, crônica, caricatura e carta.

O foco deste trabalho está no gênero Charge que é, segundo Marques de Melo (2003), parte integrante da caricatura, gênero jornalístico que, além do texto, comporta também a imagem. O uso da caricatura faz com que um maior público seja contemplado, além do público alvo da palavra escrita, principalmente nos primórdios

da imprensa em que se tinha um público leitor reduzido. Isso é possível porque a imagem permite captação imediata do cotidiano por seu humor e evidência.

Marques de Melo (2003) enfatiza que, apesar de a caricatura ter uma captação imediata, não são todas que, inseridas na imprensa, têm função opinativa. A opinião é expressa através da caricatura que possui a finalidade de sátira/humor e transmite juízos de valor. Esse gênero ganhou espaço na imprensa pelo fato do avanço tecnológico e da popularização do jornal. Como muitos não possuíam uma educação formal, era preciso utilizar vários recursos para atrair o público para o consumo da informação, contexto no qual ganhou força o uso da imagem.

O autor afirma que a imprensa reconhece o sentido opinativo da caricatura, pois desde sua origem (do italiano *caricare*) significava ridicularizar, satirizar, criticar, expressar opinião. Da mesma forma a Charge, como parte integrante da caricatura, expressa opinião até mesmo antes de sua ilustração, através da intertextualidade, mas é com a ilustração gráfica, que ela adquire seu humor, sua expressão maior, sua crítica mais pontual.

Enquanto gênero jornalístico, esse autor mostra que a caricatura possui uma função social bastante profunda, porque a imagem motiva o leitor, produzindo uma percepção rápida e servindo como instrumento de persuasão. A caricatura é uma representação cômica da fisionomia humana ou, de modo geral, uma forma artística do desenho que tem por finalidade o humor. Por essas características, a caricatura é vista como ameaçadora para quem detém o poder. Ela tanto pode aumentar a popularidade, quanto comprometer a imagem pública de alguém.

Se, por um lado, a caricatura tem essa peculiaridade de estigmatizar certos personagens da vida pública por outro lado, contribui também para humanizá-los, popularizá-los. Foi através dos traços projetados pela caricatura que muitas personalidades do mundo político ou artístico ganharam legitimação pública e se destacaram socialmente (MARQUES DE MELO, 2003. p.166).

Dentro desse universo da caricatura, considerando todas essas características e funções que ela apresenta, ainda há várias categorias que esse gênero comporta. Pode-se destringir a caricatura em: Caricatura (propriamente dita), a Charge, o *Cartoon* e o *Comic* ou a História em Quadrinhos. Dessas categorias, duas não são jornalísticas, a saber, o *Cartoon* e o *Comic*, pois não se

baseiam no real. Já a Caricatura e a Charge compõem os gêneros jornalísticos. Elas representam o real e o criticam.

A caricatura (propriamente dita) é o retrato humano ou de objetos que exageram ou simplificam traços, acentuando detalhes ou ressaltando defeitos. Sua finalidade é suscitar risos, ironia. Trata-se de um retrato isolado. Já a Charge é uma crítica humorística a um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do chargista. Tanto pode se apresentar somente através de imagens quanto combinando imagens e texto (títulos, diálogos).

O Cartoon é uma anedota gráfica, crítica mordaz. Geralmente não insere personagens reais ou fatos verídicos, mas representa uma expressão criativa do caricaturista, que penetra no domínio da fantasia. Mantém-se, contudo, vinculado ao espírito do momento, incorporando eventualmente fatos e personagens. E, por fim, o *Comic* que é a história em quadrinhos, é uma narrativa composta por imagens que se sucedem, complementada por textos (balões). No jornal, aparece de forma seriada, na revista, publica-se integralmente. (MARQUES DE MELO, 2003. p. 167)

A partir das Figuras, a seguir, pode-se compreender a diferença entre os tipos de Caricatura, principalmente diferenciando-os da Charge, objeto desta pesquisa. A Caricatura, propriamente dita, é o desenho humano ou de objetos em que a fisionomia ou os traços são acentuados, ressaltando detalhes/defeitos/qualidades. Na Figura 11, tem-se a ex-presidente Dilma Rousseff numa caricatura que acentua traços físicos marcantes como: o penteado, corte de cabelo, dentes grandes, sobrelhas arqueadas. É um retrato isolado que pode suscitar risos, ironia.

**Figura 11 – Ex-presidente Dilma Rousseff**



Fonte: Corpus da pesquisa/web.

Na Charge, há grande diferença em relação à caricatura propriamente dita. Enquanto a primeira é um retrato isolado, a segunda tem um caráter crítico. Reflete um fato ou acontecimento específico. Ainda que os dois exemplos (Figura 11 e 12) apresentem a mesma personagem, no caso a ex-presidente Dilma Rousseff, na Charge é uma reprodução gráfica da notícia.

**Figura 12 – CPMF e Dilma Rousseff**



Fonte: Gazeta de Alagoas (29/01/16).

O cartoon não representa o real, por isso já se distancia da Charge, uma vez que esta é pautada no real. O cartoon é uma crítica mordaz, mas, como mostra a Figura 13, a seguir, não insere personagens reais ou fatos verídicos. É uma expressão criativa do caricaturista, que penetra no domínio da fantasia.

**Figura 13– Indústria editorial**



Fonte: Corpus da pesquisa/web.

O *comic* ou história em quadrinhos também não é baseado na realidade, apesar de trazer discussões atuais como é o caso da Figura 14, a seguir, dos quadrinhos da *Mafalda*. É uma narrativa composta por imagens que se sucedem, complementada por textos (balões). No caso da Charge, a cena já aparece completa, conclusiva e não apresenta sequências que modulem uma conclusão.

Figura 14 - Mafalda



Fonte: Corpus da Pesquisa/web.

Identificadas as características da Charge dentro da categoria Caricatura, segundo a classificação de Marques de Melo (2003), é possível diferenciá-la das demais categorias, bem como dos demais gêneros opinativos jornalísticos. E, a partir da evolução histórica do jornalismo, entender a localização deste gênero em foco nesta pesquisa no jornalismo impresso opinativo e não no jornalismo informativo ou outras categorias jornalísticas.

Para compreender o funcionamento da Charge é preciso entender onde está inserida, sua relação com auditório, autor, local em que está veiculada. Além disso, é importante saber sua disposição no jornal, sempre no mesmo formato retangular, sua multiplicidade de artifícios que atuam para argumentação, seu caráter humorístico e sua inserção no âmbito social.

A Charge retrata, em sua composição e conteúdo, os conflitos sociais, ao criticar a realidade e confrontar opiniões. Segundo Flores (2002), o potencial de questionamento crítico desse gênero opinativo é muito grande, além da capacidade de confrontar opiniões a respeito da organização social, cenário político e disputas pelo poder.

No que se refere à sua composição, consoante a autora, esse gênero é geralmente representado por um único quadro retangular. As ilustrações da Charge

mostram características detalhadas das personagens, situações, ambientes e objetos. Já os comentários, referentes às situações ilustradas, aparecem por escrito.

Em relação ao conteúdo, geralmente, privilegia temas de interesse público, isto é, fatos e notícias que estão em evidência por sua relevância social. Essas questões são abordadas a partir do universo de referência do auditório a quem se destina o jornal. A Charge satiriza pontos de vista, revela motivações ocultas de situações e faz questionamentos, constituindo a sua natureza polêmica.

Esse viés humorístico da Charge, além de fazer sentido para o auditório, precisa da cumplicidade dele, para convencer. Nesse sentido, na maioria das vezes, defende-se que o humor da Charge não é aquele que diz respeito a estereótipos e preconceitos, mas que se utiliza de um alerta sobre fatos com a finalidade de reflexão.

Assim, o discurso da Charge se dirige a um auditório específico, no caso deste trabalho, trata-se dos leitores do jornal de circulação local, em que o chargista possui uma identificação e abertura com seu público. Segundo a autora

O discurso da Charge dirige-se a sujeitos socialmente situados, ou seja, a sujeitos já inscritos na ideologia, pois só na medida em que o são se tornam receptores capazes de decodificar as referências ativadas e cooperar na construção das mesmas (FLORES, 2002, p. 1).

Estuda-se a Charge a fim de compreender melhor as pessoas e o mundo em que vivem, na medida em que os usos linguísticos do chargista promovem a modelagem do imaginário coletivo. Conforme Flores (2002), através da análise da Charge, é possível identificar as estratégias que são usadas nos jogos de poder e manipulação por vários segmentos da sociedade, ainda que muitas vezes isso ocorra de forma inconsciente.

A Charge tem seu lugar social bem inscrito e apresenta um alto nível de ideologia em suas mensagens. Um leitor que não possua um nível crítico elevado pode não conseguir ultrapassar uma leitura superficial desse gênero. Flores (2002) considera que, para se realizar uma leitura aprofundada, é preciso um vasto conhecimento de diversos assuntos. Reflete, ainda, que, como a Charge atua a partir da necessidade de senso de pertencimento a um grupo social, ela pode levar as pessoas a investirem em objetos de valor simbólico, representando senhas de entrada e aceitação nos grupos sociais. A Charge intervém nesse mundo cultural a

partir do reconhecimento de significantes já existentes, estabelecendo conexões que dão sentido à mensagem.

Sobre o texto da Charge, Flores (2002) discute que este é um espaço aberto à produção de sentido. Deve-se considerar que isso só se torna possível, considerando também o receptor, o leitor da Charge, visto que ele não é um mero ponto de chegada da mensagem, mas um elemento fundamental do processo. Essa interação com o leitor é realizada através de um processo de semiose, visto que o público recebe e decodifica determinadas informações que são traduzidas em símbolos, e que não seriam percebidas fora desse circuito comunicacional.

Há uma relação de interdependência entre o texto e a ilustração da Charge. Essa integração pode ser tão forte que se torna impossível a leitura de um código sem considerar o outro, “[...], associando-os à consideração do interdiscurso que se faz presente como memória, dando uma orientação ao sentido num contexto dado – aquele e não outro qualquer” (FLORES, 2002, p.14).

Em relação ao narrador, há um revezamento entre o discurso verbal e a ilustração. Já quando se trata do discurso icônico e verbal do narrador, estes atendem a uma relação hierárquica. Nessa relação, o discurso verbal complementa o icônico, mostrando o comportamento enunciativo das personagens criadas pelo narrador.

Pode ocorrer também, em relação ao texto da Charge, que o narrador participe do texto e seja, ao mesmo tempo, uma personagem. Nessa situação, há uma distinção entre os textos. O que é enunciado aparece em um retângulo à parte e o que é diálogo aparece dentro de um balão próximo às personagens a quem pertence a fala.

Flores (2002) esclarece que, na Charge, a relação entre narrador, autor e personagens está articulada. Como todos estão no mesmo quadro, não há, portanto, justaposição, que ensejaria o estabelecimento de uma sequência de eventos. Essa sequência não ocorre na Charge, mas é bem comum nas tiras jornalísticas. A Charge está posta como uma cena conclusiva, ela reflete um evento social, um acontecimento que se julga conhecido por todos, devido à sua repercussão. Tudo isso faz parte das instâncias discursivas textuais e extratextuais que envolvem aquele que narra, as personagens e aquele que assina a Charge.

O narrador é responsável pela interação com o leitor. Ele surge no mesmo momento que a Charge. Para Flores (2002), é função do narrador “compor o texto,

distribuir desenho e escrita, estabelecer os graus de participação de cada linguagem, tipificar e definir personagens” (p.14). É dele, ainda, a função de estabelecer a ligação entre texto e contexto.

Já no caso das personagens, a autora ressalta que estas só passam a existir através do texto que as faz terem fôlego próprio. Caracteres, comportamento e falas das personagens, que em princípio são ficcionais, constroem o conteúdo da Charge. Os enunciados que essas personagens assumem para atender ao seu papel podem lhes trazer maior ou menor verossimilhança e densidade.

Quem assina a Charge é o autor. Flores (2002) considera que o autor conquistou socialmente espaço para publicar em seu próprio nome e é ele quem abre esse espaço para o texto. Ele se torna uma instância discursiva extratextual e decisiva, porque é quem põe em cena o narrador, que faz parte da instância discursiva-textual. O autor só se manifesta abertamente através da sua assinatura/rubrica ou escrita do seu nome em algum lugar da Charge, mas, indiretamente conduz a narrativa.

Indiretamente, entretanto, dá rumo à narrativa, estabelecendo de que modo e através de que recursos o narrador fará o(s) comentário(s), o estilo do texto, o seu desenrolar, o enfoque assumido e a temática abordada, quer utilize palavras e ilustrações, quer faça uso apenas de ilustrações (situação menos comum) (FLORES, 2002, p. 15).

Todas essas características, composição e conteúdo da Charge fazem com que ela seja um importante objeto de estudo, pois tem um caráter híbrido em sua linguagem, além de ser uma publicação constante nos jornais, presente em quase todas as mídias impressas; e, na maioria das vezes, também nos meios de comunicação virtuais.

Parnaíba (2013) reflete sobre a multiplicidade de artifícios que a Charge possui na construção de sua mensagem crítica. Um deles é o exagero do traço, que constitui uma marca da caricatura, da qual a Charge é integrante. Essa marca de exagero no traço traz uma identificação de aspectos das pessoas, lugares ou situações que se deseja enfatizar. Outros artifícios são as representações metafóricas das pessoas, lugares e cenas que ampliam os significados e veiculam argumentos. Por isso, Parnaíba (2013) considera a Charge como

[...] sendo uma representação crítica de um fato atual, portanto contextualizado em tempo e espaço, que se utiliza de imagem e texto fundamentalmente, mas que pode se valer de som (como complemento em um produto audiovisual ou formando imagens auditivas, substituindo a imagem pictórica em um produto sonoro) e animação, para expor, através do humor, a um público a posição do chargista e/ou do veículo para o qual ele trabalha sobre o acontecimento (PARNAIBA, 2013, p. 8).

O estatuto de gênero opinativo pode ser atribuído à Charge devido à sua localização na distribuição interna do jornal. A Charge, em geral, aparece publicada na área de opinião/editorial do jornal, ou seja, na seção onde são expressas as opiniões da instituição jornalística, ou muitas vezes, do dono do jornal. Trata-se de um espaço de argumentação e exposição de distintos interesses, e ela se encontra submetida a esse crivo da organização jornalística, ainda que o chargista sinta-se livre em sua produção. Então, em suas representações, a Charge apresenta o ponto de vista do chargista e, por vezes, o da empresa. Há de se considerar, nesse contexto, que há uma convergência ideológica entre o chargista e o veículo de comunicação no qual está inserido.

Por isso, a Charge não aparece na seção de notícias do jornal, cuja função predominante é narrar fatos, informar a população sobre os últimos acontecimentos. Ao contrário da notícia, a Charge interpreta o fato, quando se propõe perceber e transmitir além do que está visível superficialmente. É a partir desse olhar interpretativo que o chargista pode opinar. A autora utiliza a definição de Chico Caruso.

Embora [o chargista] não saia à caça da notícia como o repórter e não escreva sobre os fatos, ele vai armazenando informações não-objetivas e, aos poucos, uma sensibilidade tanto melhor quanto mais anormal de captar a realidade. Isso porque, além da leitura dos jornais, e principalmente dos colunistas políticos, o chargista se alimenta de algo mais, o detalhe. [...] Vai atrás da pose, da ruga, do olhar, na ilusão de penetrar no pensamento dos figurantes (CARUSO, 1984 *apud* PARNAIBA, 2013, p. 15).

Neste trabalho, a Charge é analisada, em sua classificação linguística, como um gênero textual/discursivo específico. Isso significa que, ainda que seja um gênero criado na esfera jornalística, ela ultrapassou essa esfera, uma vez que encontra suporte em diversos meios de comunicação como na internet, em que pode aparecer em sua forma tradicional ou até através de vídeos. Além disso, pode ser pautada em conversas e discussões em outras esferas sociais, como uma sala de aula ou uma roda de amigos.

A imagem da Figura 15, adiante, em sua composição e conteúdo, retrata os conflitos sociais, ao criticar a realidade, confrontar opiniões. Nesse caso, mostra a situação de calamidade pública que é o surto de doenças ligadas ao mosquito *Aedes Aegypti*. O chargista faz uma crítica sobre esse problema ao tempo em que já o conecta a questões políticas.

No diálogo, os mosquitos arquitetam criar um fato político para desviar o foco dos noticiários. Porque, enquanto há uma notícia em evidência, outras informações deixam de ser veiculadas, como por exemplo, notícias de cunho político. Se o foco está no caos provocado pelos mosquitos, a cobrança da responsabilidade dos governantes em resolver essa situação fica esquecida. Flores (2002) enfatiza que o potencial de questionamento crítico desse gênero opinativo é muito grande, além de confrontar opiniões a respeito da organização social, cenário político e disputas pelo poder.

Como foi dito, a Charge é geralmente representada por um único retângulo, publicado em jornais, no caso em análise, no caderno de Opinião, página A4, de um jornal de grande circulação em Maceió/AL. As ilustrações dessa Charge mostram características detalhadas das personagens, como é o caso do mosquito da dengue representado na cor preta, com machas brancas. Nesse caso específico, não aparece uma situação ou ambiente. Os comentários referentes às situações ilustradas aparecem por escrito, tanto no quadro à esquerda “Aedes na berlinda”, como no balão de diálogo que expressa o diálogo do mosquito da esquerda.

**Figura 15–Calamidade pública do Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (21/01/16).

Na Figura 16, observa-se que além do viés polêmico da Charge, há o humor que precisa fazer sentido para o auditório. Esse humor não é aquele que diz respeito a estereótipos e preconceitos, mas que se utiliza de um alerta sobre fatos com a

finalidade de reflexão. Na imagem seguinte, o caráter humorístico é expresso ao revelar o drama de cada início de ano, quando os pais sofrem com os gastos referentes aos materiais escolares.

O interessante dessa Charge é que ela faz parte de uma série intitulada “Quando você sabe que o ano começou”, com temáticas diferentes. Essa imagem e seu discurso se dirigem a um auditório específico, os leitores do jornal. Ela também promove uma identificação com todos aqueles que estão envolvidos com a educação de crianças em idade escolar.

Há uma relação de interdependência entre o texto e a ilustração. Não seria possível entender por completo a Charge e sua mensagem sem que a fala da personagem, explicitada no balão de diálogo, revelasse que o homem era o pai e, aquele papel, uma lista de materiais escolares.

Ocorreu também, em relação ao texto, a participação do narrador. Há uma distinção entre os dois textos que aparecem na ilustração. O que é enunciado está em um retângulo à parte, no topo da Charge e, o diálogo, aparece dentro de um balão próximo ao garoto, a quem a fala pertence. A relação entre narrador, autor e personagens está articulada, todos no mesmo quadro, sem justaposição.

Sobre as personagens, o pai e o garoto só passaram a existir através do texto que as fez ter fôlego próprio. O chargista, antes da ilustração, já tinha a notícia, o texto sobre o tema abordado, no caso das Charges em análise nesta pesquisa, o autor é o comunicador social Léo Villanova<sup>9</sup>. Ele só se manifesta abertamente através da sua assinatura que está posta sempre no topo da Charge com a mesma formatação, pelo menos nessa série.

**Figura 16– Lista de material escolar**



Fonte: Gazeta de Alagoas (08/01/16).

<sup>9</sup> Formado em Comunicação Social, chargista do Jornal Gazeta de Alagoas desde 2015.

Na Figura 17, a seguir, podem-se observar características da Charge que, segundo Parnaíba (2013), possui uma multiplicidade de artifícios na construção de sua mensagem crítica, como é o caso do exagero do traço, marca da caricatura, a qual a Charge faz parte. Isso é observado na figura seguinte nos traços caricaturados da ex-presidente Dilma Rousseff.

Outro artifício citado por Parnaíba (2013) são as representações metafóricas das pessoas, lugares e cenas que ampliam os significados e veiculam argumentos. No caso em tela, tem-se uma representação metafórica do dólar que aparece como uma pipa, escapando das mãos da personagem que tenta agarrá-lo.

**Figura 17 – Relações internacionais**



Fonte: Gazeta de Alagoas (23/01/16).

Quando tratam do gênero como o maior instrumento em ação nas situações de linguagem, Dolz e Schneuwly (2004), consideram os gêneros definidos a partir de três dimensões fundamentais: os conteúdos que são dizíveis por meio deles; a estrutura particular dos textos pertencentes aos gêneros; e as configurações específicas das unidades de linguagem.

Os autores construíram um agrupamento de gêneros, mas não de forma rígida, já que não é possível classificá-los de maneira absoluta em um dos agrupamentos propostos. O grupo trabalha os gêneros em relação às tipologias textuais existentes. São cinco agrupamentos e para cada um, três critérios, conforme Quadro 1, a seguir.

Os aspectos tipológicos são os seguintes, segundo Dolz e Schneuwly (2004): o narrar que está ligado à cultura literária ficcional; o relatar que diz respeito a documentação e memorização das ações humanas; o argumentar que remete às discussões de problemas sociais controversos, em que a Charge está inserida por

discutir os problemas sociais cotidianamente; o expor que é a transmissão e construção de saberes; e o descrever ações, que diz respeito às instruções e prescrições. Em cada uma dessas tipologias vão se enquadrar diversos exemplos de gêneros, como é apresentado no Quadro 1, a seguir.

**Quadro 1 – Aspectos tipológicos e exemplos de gêneros orais e escritos**

Domínios sociais de comunicação Aspectos Tipológicos Capacidades de linguagem Dominantes	Exemplos de gêneros orais e escritos	
Cultura literária ficcional Narrar Mimeses da ação da criação da intriga no domínio verossímil	Conto maravilhoso Conto de fadas Fábula Lenda Narrativa de aventura Narrativa de ficção científica Narrativa de Enigma Narrativa Mítica Sketch ou história engraçada ...	Biografia romanceada Romance Romance Histórico Novela Fantástica Conto Crônica Literária Adivinha Piada
Documentação e memorização das ações humanas Relatar Representação pelo discurso de experiências vividas, situadas no tempo	Relato de experiência vivida Relato de viagem Diário Íntimo Crônica esportiva Testemunho Anedota ou caso Autobiografia <i>Curriculum Vitae</i> ... Notícia	Reportagem Crônica social ... Histórico Relato Histórico Ensaio ou perfil biográfico Biografia ...
Discussão de problemas sociais controversos Argumentar Sustentação, refutação e negociação de tomadas de posição	Textos de opinião Diálogo argumentativo Carta de leitor Carta de reclamação Carta de solicitação Deliberação informal Debate regrado	Assembleia Discurso de defesa (advocacia) Discurso de acusação (advocacia) Resenha crítica Artigos de opinião ou assinados Editorial Ensaio
Transmissão e construção de saberes Expor Apresentação textual de diferentes formas dos saberes	Texto expositivo (em livro didático) Exposição oral Seminário Conferência Comunicação oral Palestra Entrevista de especialista Verbete	Artigo Enciclopédico Texto explicativo Tomada de notas Resumo de textos expositivos e explicativos Resenha Relatório Científico Relato oral de experiência ...
Instruções e prescrições Descrever Ações Regulação mútua de comportamentos	Instruções de montagem Receita Regulamento Regras de jogo	Instruções de uso Comandos diversos Textos prescritivos ...

Fonte: Dolz e Schneuwly (2004).

A partir desses agrupamentos de Dolz e Schneuwly (2004), pode-se inserir a Charge em relação aos domínios sociais de comunicação e capacidades de linguagem dominantes nos aspectos tipológicos do argumentar que diz respeito à

discussão de problemas sociais controversos, sustentação, refutação e negociação de tomadas de decisão.

Conforme Marques de Melo (2003), a Charge faz parte dos gêneros opinativos como parte integrante da caricatura juntamente com o artigo, carta do leitor, resenha crítica e editorial, que também aparecem como gêneros na categoria argumentar de Dolz e Schneuwly (2004). A Charge está intimamente ligada à argumentação dos problemas sociais controversos e à veiculação de argumentos por meio da qual refutam e negociam tomadas de decisão.

### **3.4 O jornalismo: características e importância**

Para se compreender melhor a natureza jornalística da Charge, gênero textual/discursivo em foco neste trabalho, é preciso entender as origens, características e importância do jornalismo, como fenômeno universal e, a partir disso, compreender também mecanismos desse gênero que, por sua vez, teve como primeiro lugar de veiculação o jornal impresso.

Segundo Marques de Melo (2003), o Jornalismo tem sua importância devido à necessidade de o homem se comunicar, manter-se informado e informar. E, isso acontece a partir do surgimento da imprensa; das necessidades e exigências socioculturais; dos processos mercantis e financeiros; do crescimento da movimentação nas cidades; e, da necessidade de uma maior e mais rápida circulação de ideias.

A intensificação e o refinamento das relações de troca, que ocorrem no bojo das transações capitalistas, as possibilidades de atuar e de influir na vida da sociedade, que se afiguram na eclosão das revoluções burguesas, tornam a informação um bem social, um indicador econômico, um instrumento político (MARQUES DE MELO, 2003, p. 19)

Os estudos do Jornalismo levam esse nome porque a imprensa foi o único meio de expressão jornalística durante os séculos XVII, XVIII e XIX, tendo o jornal por muito tempo como o único meio de informação. Como os estudos se desenvolveram em torno dele, já incorporaram esse nome em sua denominação. E, mesmo sobre a forte influência tecnológica, o jornal impresso ainda permanece, não com o mesmo destaque, mas ainda retém a credibilidade do seu público.

As primeiras veiculações do jornalismo, segundo Marques de Melo (2003), foram os avisos, as gazetas que se iniciaram no século XV e devido à necessidade de informação das cidades, dos súditos e governantes, houve uma ampliação no século XVI. Nas cidades, o mercador precisava de informações sobre as regiões que negociava, os súditos precisavam saber sobre comunicados oficiais para estarem em segurança, e, os governantes se utilizavam desses avisos e gazetas com fins militares e diplomáticos.

Essas publicações, antes do século XVII, não tinham um caráter jornalístico, mas político, pois não havia uma periodicidade nelas, mas já deixam claro a forte influência política desde o seu surgimento. Essa não periodicidade se dava porque havia uma censura prévia na Europa nos séculos XV e XVI imposta pelos Estados nacionais e pela Igreja nas nações católicas.

Apesar de estar presente no mundo inteiro, o Jornalismo, segundo Marques de Melo (2003), teve suas origens na Europa. No caso do Brasil, além de considerar toda influência portuguesa, devido à colonização, também é preciso perceber que, no Jornalismo, há influências francesas e britânicas. A partir dessas influências, o jornalismo brasileiro se estabeleceu de forma criativa, desenvolvendo-se em suas particularidades.

Esse autor revela que a característica do Jornalismo de estar sempre em processo de mudança, porque se nutre do efêmero, faz com que os estudos científicos relativos a esse campo não consigam alcançar exatidão analítica ou possuam um maior rigor conceitual porque quando se chega a alguma conclusão, as mutações já avançaram mais rapidamente.

Devido a essa natureza mutável dos conceitos e categorias empregadas no Jornalismo, as pesquisas científicas desse campo exigem muito do pesquisador e uma metodologia eficaz para que, ao fim da pesquisa, ela já não esteja obsoleta. Isso ocorre porque quando as universidades apreendem fenômenos para interpretá-los e conseguem chegar a algum resultado, a realidade já mudou de fisionomia.

Segundo Marques de Melo (2003), além dessa mudança constante dos conceitos e categorias empregadas no Jornalismo, há também uma confusão em relação aos canais através dos quais esse campo se manifesta. O jornal, a revista, a televisão, o rádio são canais para o exercício dessa área, mas não o são com exclusividade. Um jornal, por exemplo, pode conter apenas matérias jornalísticas, mas também pode ser repleto de propaganda.

Para o autor, o Jornalismo está articulado com os veículos que tornam públicas suas mensagens e não apenas com todas as mensagens que tenham conteúdos jornalísticos. No jornal impresso, há matérias jornalísticas, mas também há muita publicidade e propaganda. Então, enquanto o Jornalismo, de uma forma geral, se atém a um papel de orientação do racional, do real, a publicidade e propaganda processam mensagens de cunho persuasivo, apelando para o inconsciente, levando o cidadão a agir.

Desta maneira, o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (MARQUES DE MELO, 2003, p. 17).

Esse processo social que é o Jornalismo, é contínuo, rápido e determinado pela atualidade. A ligação entre interlocutores se dá a partir dos fatos que estão ocorrendo. A tensão entre os dois se dá na diferença entre o que a empresa jornalística vai querer divulgar e o que realmente a coletividade gostaria de saber. A partir disso é que a relação social ocorre, pois precisa haver um equilíbrio entre as expectativas da coletividade e o que será fornecido pela empresa jornalística. Tudo isso pautado na velocidade, credibilidade que a empresa precisa ter diante do público e a abrangência.

Considerando as características do Jornalismo (atualidade, velocidade, objetividade, abrangência, credibilidade), sua evolução histórica e a forma como as notícias são veiculadas com caráter opinativo e informativo, é que Marques de Melo (2003) propõe duas categorias jornalísticas: o jornalismo opinativo e o jornalismo informativo.

Na Europa, séculos XV e XVI, com o fim da censura prévia (imposição feita pelos Estados nacionais e pela Igreja nas nações católicas), o Jornalismo passou a exercer suas peculiaridades de difusão de ideias, defendendo pontos de vida. Surge o jornalismo opinativo. Como essas ideias e opiniões incomodavam os donos do poder, começou a existir uma censura *a posteriori* quando se julgava que as publicações cometiam excessos, segundo a legislação vigente. O Jornalismo de caráter opinativo passou então a ser estimulado a ter um caráter mais informativo, o

jornalismo da informação. Nesse contexto, houve diferença entre o jornalismo francês e o inglês.

Vê-se, portanto, que o jornalismo francês e o jornalismo inglês suscitam diferentes padrões de expressão simbólica. Enquanto o jornalismo francês apresenta-se com todo o vigor opinativo, promovendo debates, levantando problemas, participando ativamente do cenário político, o jornalismo inglês assume uma tendência informativa, retraindo-se do combate, preferindo distanciar-se do confronto direto com o centro do poder (MARQUES DE MELO, 2003, p. 24).

No entanto, logo depois, no século XIX, Marques de Melo (2003) afirma que o jornalismo informativo se consolidou como categoria hegemônica quando a imprensa norte-americana começou a produzir muito mais, de forma industrial, e converteu a informação da atualidade em mercadoria. A edição de jornais, antes influenciadores da vida pública, se tornam em empreendimentos de renda, negócios, e é nesse contexto em que nascem o rádio e a televisão. Nessa versão, o jornalismo opinativo não desaparece, mas passa a estar inscrito aos espaços chamados de editoriais.

Além das duas categorias, que foram elencadas a partir da necessidade sociopolítica de diferenciar os fatos das suas versões, delimitando os textos que continham opiniões dos que eram informativos, Marques de Melo (2003) propõe a definição dos gêneros jornalísticos.

Os gêneros dizem respeito ao estilo que o jornalista usa para se expressar. Segundo o autor, eles são as formas que o jornalista utiliza no manejo da língua. E, essas formas de estilo, de se expressar do jornalista, dependem da relação que ele deve manter com seu público. A classificação desses gêneros também vai variar e ser delimitada de forma diferente em outros universos culturais.

Um exemplo dessas variações, são as classificações europeias e norte-americanas. Marques de Melo (2003) apresenta a classificação francesa de Folliet que aponta os onze gêneros jornalísticos seguintes: editorial, artigos de fundo, crônica geral (resenha dos acontecimentos), despachos (reportagens e entrevistas), cobertura setorial, *fait-divers*, crônica especializada (crítica), folhetim, fotos e legendas, caricaturas e *comics*.

Já a definição dos gêneros jornalísticos, segundo o autor, não contempla o folhetim e os *comics*, pois ele não os admite como sendo integrantes do Jornalismo, porque fazem parte da natureza ficcional, de lazer, não podendo compor a realidade.

Sendo assim, Marques de Melo (2003) agrupa os gêneros que correspondem ao universo da informação e os que compõem a área de opinião.

Os gêneros que correspondem ao universo da informação se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações). Já no caso dos gêneros que se agrupam na área da opinião, a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem emite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião) (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65).

A partir da distinção entre os gêneros que compõem o jornalismo informativo e opinativo, Marques de Melo (2003) classifica o jornalismo informativo em: nota, notícia, reportagem e entrevista. Já o jornalismo opinativo recebe a seguinte classificação: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. A caricatura é o gênero jornalístico que, além do texto, comporta também a imagem e será tratada com mais profundidade neste trabalho, pois a Charge, objeto de estudo desta pesquisa, é parte integrante da caricatura.

Observando a Figura 18, a seguir, é possível perceber a importância que a Charge tem no Jornalismo, pois é uma das formas de suprir a necessidade de o homem se comunicar, questionar e discutir o que está ao seu redor.

Marques de Melo (2003) define duas categorias do Jornalismo: o informativo e o opinativo. Tomando essa classificação, a Charge está situada no opinativo e não caberia estar na categoria do Jornalismo informativo porque é uma crítica da realidade, expressa através da imagem. Ela satiriza situações reais, o que a diferencia de outros gêneros também apontados pelo autor como integrantes da caricatura.

Na figura seguinte, a imagem expressa uma cena cotidiana, momento em que a sociedade passava por uma grave crise na saúde, provocada pelo mosquito transmissor de várias doenças como a Zika, Chikunguya e a Dengue. Na imagem, não está expressa uma pessoa conhecida, com traços caricaturados, a cena é que se dá dessa forma. Para a melhor compreensão, o chargista utilizou o balão de fala aliado ao contexto representado pela imagem. Não é uma cena que visa informar sobre o mosquito, as doenças que ele causa, a ação dos agentes de endemias pela cidade, ou uma propaganda do poder público falando da sua atuação contra essas

doenças. É, acima de tudo, uma crítica a tal situação, expressando opinião, emitindo um juízo de valor, satirizando a realidade da Saúde Pública.

**Figura 18 – Combate ao mosquito Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

Já na Figura 19, o autor não utilizou diálogos e nem identificou a personagem indicada, porém a representação caricaturada, os traços que compõem a pessoa, aliados aos complementos da imagem, deixam claro que se trata do ex-presidente do Brasil, Lula.

**Figura 19 – Escândalos na política**



Fonte: Gazeta de Alagoas (31/01/16).

A partir da discussão sobre os estudos semióticos, dos gêneros textuais/discursivos e a identificação da Charge como tal, partiu-se para, além da importância do Jornalismo, a localização da Charge no jornalismo opinativo impresso. Enfatizou-se os aspectos tipológicos textuais, e, a seguir, delimitou-se as características do gênero em estudo.

Considerando esse aporte teórico, partindo dos estudos retóricos, passando pelos semióticos e definindo o gênero opinativo jornalístico Charge, a próxima seção

tratará dos aspectos metodológicos que direcionam a pesquisa. Com base nas teorias apresentadas nas seções anteriores, serão realizadas as análises a partir das categorias elencadas.

## 4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para direcionar os olhares num viés retórico-semiótico, utilizou-se na metodologia desta pesquisa as discussões propostas por Flick (2004) e Oliveira (2009) quanto à pesquisa qualitativa. Depois, com o corpus constituído, foram realizadas as análises das Charges selecionadas a partir de um olhar retórico-semiótico uma vez que estão sendo privilegiados, neste trabalho, os argumentos veiculados na Charge e a relação imagem texto, bem como as mensagens que as imagens transmitem.

### 4.1 A pesquisa qualitativa

Sobre a pesquisa qualitativa, Flick (2004) aponta sua importância e contribuição para os estudos das relações sociais por causa dos variados âmbitos da vida que exigem uma abordagem diferente para se estudar empiricamente as questões. As mudanças sociais que ocorrem de forma acelerada fazem com que os pesquisadores não consigam, por meio das antigas teorias (que se baseavam no teórico para analisar o empírico), analisar esses novos aspectos. Por isso, eles buscam estratégias indutivas para suas análises teóricas.

Esta pesquisa é qualitativa e não quantitativa, por mais que se reconheça a importância da última e suas contribuições como: criar planos de pesquisar; mensurar e quantificar os fenômenos; e, tomar quantidades de uma totalidade para analisar. Ainda que se tenha retirado uma amostragem das Charges selecionadas para as análises, os dados quantitativos não representam o foco deste trabalho.

O Quadro 2 de Flick (2004), a seguir, enfatiza as características da pesquisa qualitativa que as diferem da quantitativa, justamente por seu caráter processual, abordagens de diversos aspectos, reflexão do pesquisador em relação a sua pesquisa e busca da análise sobre diferentes perspectivas.

#### Quadro 2 – Aspectos da pesquisa qualitativa

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Apropriabilidade de métodos e teorias</b></li> <li>• <b>Perspectivas dos participantes e sua diversidade</b></li> <li>• <b>Reflexividade do pesquisador e da pesquisa</b></li> <li>• <b>Variedade de abordagens e métodos na pesquisa qualitativa</b></li> </ul> |
|--|

Fonte: Flick (2004).

Para Oliveira (2009), a pesquisa quantitativa foca no comportamento humano no que diz respeito as variáveis dependentes e independentes; usa dados de levantamentos e amostras; e, utiliza-se da contagem. Para aqueles que fazem uso desse tipo de pesquisa, o importante são as estatísticas, contabilizar os resultados. Em contrapartida, a pesquisa qualitativa estuda o homem, entendendo que este não é passivo, mas interpreta o mundo em que vive, considerando a interatividade da atividade humana.

A pesquisa qualitativa busca analisar de forma mais aberta, contemplando os variados aspectos do objeto em estudo. Esse objeto é o que vai determinar a escolha do método para análise e não o contrário. “Os objetos não são reduzidos a variáveis únicas, mas são estudados em sua complexidade e totalidade em seu contexto diário” (FLICK, 2004, p. 21).

A pesquisa qualitativa, conforme o autor, tem como objetivo descobrir o que é novo a partir das teorias embasadas no empírico e não foca no que já é conhecido e estudado. O estudo é norteado a partir do objeto, ao contrário da pesquisa quantitativa que se baseia exclusivamente em critérios científicos da academia. A pesquisa qualitativa visa determinar os fenômenos em estudo e, a partir das reflexões, podem ser acrescentados mais procedimentos e critérios, caso necessários.

Outra marca importante da pesquisa qualitativa, segundo Filck (2004), é que os métodos empregados neste tipo de pesquisa ponderam a comunicação do pesquisador com o campo e seus componentes como participantes da produção do conhecimento. Tudo o que envolve o pesquisador faz parte da pesquisa como: sentimentos, reflexões, observações. Todos esses aspectos interferem na interpretação.

Oliveira (2009) apud Moreira (2002) aponta, de maneira objetiva, as características da pesquisa qualitativa:

- 1) A interpretação como foco. Nesse sentido, há um interesse em interpretar a situação em estudo sob o olhar dos próprios participantes;
- 2) A objetividade é enfatizada. Assim, o foco de interesse é a perspectiva dos informantes;
- 3) A flexibilidade na conduta do estudo. Não há uma definição a priori das situações;
- 4) O interesse é no processo e não no resultado. Segue-se uma orientação que objetiva entender a situação em análise;
- 5) O contexto como intimamente ligado ao comportamento das pessoas na formação da experiência;
- e 6) O reconhecimento de que há uma influência da pesquisa sobre a situação, admitindo-se que o pesquisador também sofre influência da situação de pesquisa (OLIVEIRA, 2009, p. 14).

Esta pesquisa é qualitativa, do tipo descritivo-interpretativa. É descritiva, pois tem como objetivo a descrição do fenômeno em análise e das relações que ele estabelece, instituindo a formulação prévia de hipóteses. Consolidadas essas questões metodológicas, segue-se para a delimitação do *corpus* e universo da pesquisa.

#### **4.2 Universo da pesquisa e seleção do *corpus***

Esta pesquisa tem como *corpus* as Charges publicadas em um jornal de circulação local, da cidade de Maceió/AL. O universo da pesquisa se constitui na coleção de um mês das Charges publicadas do dia 1º ao dia 31 de janeiro de 2016, num total do *corpus* de 26 Charges. A partir desse universo, foram selecionadas cinco para análise desta pesquisa, totalizando 20% para amostragem. A seleção foi feita com base na maior recorrência de elementos que poderiam ser analisados segundo as perspectivas retórico-semióticas.

Para a realização das análises, foi elaborado um quadro com as categorias que constituem os estudos retórico-semióticos. Da Semiótica, as categorias utilizadas estão embasadas em Barthes (1964) e Camargo (1998) sobre os três tipos de mensagens da imagem: linguística, icônica codificada e icônica não codificada. Dessas categorias, todas as imagens têm elementos a serem descritos e interpretados.

Já em relação às categorias da Retórica, foi utilizada a classificação de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) das técnicas argumentativas que abrangem quatro grupos de argumentos, a saber: os *argumentos quase lógicos*, os *argumentos baseados na estrutura do real*, a *dissociação das noções* e os *argumentos que fundamentam a estrutura do real*. Para esta pesquisa, foi selecionado apenas o grupo dos *argumentos que fundamentam a estrutura do real* que está composto pelos seguintes argumentos: exemplo, ilustração, modelo e antimodelo, analogia e metáfora. Esse grupo foi escolhido com base nos argumentos que o compõem, pois entende-se que há grande recorrência no objeto de pesquisa em tela.

#### **4.3 Categorias de análise**

Para uma melhor organização das análises, o Quadro 3, a seguir, apresenta as categorias que serão utilizadas, bem como os elementos que dizem respeito a cada uma, conforme o embasamento teórico, discutido por todo este trabalho. Em consonância com o título da pesquisa, aqui serão privilegiadas as discussões retórico-semióticas no gênero em destaque. É preciso deixar claro que serão observadas as recorrências dessas categorias em cada Charge, não sendo obrigatório, por exemplo, que em uma mesma Charge apareçam todos os argumentos citados.

**Quadro 3 – Categorias para a realização das análises das Charges à luz dos estudos retórico-semióticos**

<i>Semiótica</i>		
Mensagens da Imagem (Barthes)	Linguística	Ancoragem
		Relevo
	Icônica Codificada	Elementos gráficos
	Icônica Não Codificada	Leitura Cultural
Camargo	Sentido	Denotativo
		Conotativo
	Figuras de linguagem/ Linguagem visual	Hipérbole
		Metáfora
		Metonímia
		Personificação
	Coerência Interssemiótica	Convergência
		Desvio
		Contradição
<i>Retórica</i>		
Tríade Aristotélica	<i>Ethos, Pathos e Logos</i>	Retor, Auditório e Discurso
Argumentos	Argumentos que Fundamentam a Estrutura do Real	Exemplo
		Ilustração
		Modelo/Antimodelo
		Analogia
		Metáfora

Fonte: Própria.

No Quadro 3, estão elencadas as categorias que serão analisadas a partir dos estudos semióticos e das categorias dos estudos retóricos. Da Semiótica serão verificadas as recorrências das mensagens da imagem, dos sentidos da imagem, das figuras da linguagem visual e a coerência interssemiótica. Em relação aos estudos retóricos, serão verificadas as interações da tríade aristotélica e as recorrências dos argumentos.

#### 4.3.1 Análise 1

**Figura 20 - Combate ao Mosquito Aedes Aegypti**



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

A Figura 20, traz a temática sempre atual de um país subdesenvolvido, como é o Brasil, a qual trata de doenças de calamidade pública, como são as provocadas pelo mosquito *Aedes Aegypti* (Dengue, Zika e Chikungunha). Investido na divulgação contra esse mosquito, o governo sempre empreende campanhas radiofônicas, televisivas e midiáticas. No caso da análise em questão, a Charge mostra pela linguagem verbal e não verbal, a proliferação dos focos desse mosquito pelo país, apesar dos investimentos empreendidos.

Observa-se a Charge, inicialmente, com uma visão semiótica em que há a captação de três tipos de mensagem: a linguística, icônica codificada e icônica não-codificada. A primeira significa interpretar os dados à luz da linguagem verbal; a segunda e a terceira significam interpretar a imagem de maneira descritiva e cultural. Além disso, a Charge é visualizada dentro de uma linha retórica.

A partir de uma leitura semiótica, segundo a classificação de Barthes (1964), a Charge apresentada possui três tipos de mensagens. A primeira (mensagem linguística) voltada às categorias de ancoragem e relevo. Na Figura 20, a ancoragem

se dá no balão de diálogo da personagem, pois diz respeito ao texto que direciona o assunto abordado. Neste caso, a personagem é o mosquito *Aedes Aegypti*, localizado no lado direito da Charge e o balão de diálogo próximo a ele. Já a função relevo, ocorre através do retângulo à esquerda onde há escrito “*Aedes, o desenrolado*” que dá sentido à imagem, confirmando também ao leitor que o mosquito retratado é o da dengue, além das características vistas na ilustração.

Já a mensagem icônica codificada trata de todos os elementos gráficos presentes na ilustração. Na cena, há um homem localizado a esquerda. Ele veste macacão, usa uma máscara que cobre a boca e o nariz, luvas, boné e também leva um equipamento cilíndrico nas costas com uma mangueira que expelle fumaça. Pelos trajes, infere-se que se trate de um agente de endemias. O homem parece correr, pois sua perna esquerda está à frente de seu corpo, enquanto a direita está levantada mais alta que o quadril, dando movimento à imagem. Acima, no lado esquerdo, há um retângulo preto escrito em letras brancas “*Aedes, o desenrolado*”, em caixa alta. À direita, o mosquito que voa de costas, está voltado para o agente de endemias. Perto dele, há um balão de diálogo escrito “*Boas pessoas não matariam nem uma mosca!*”. O mosquito tem na cabeça um chapéu. Ao fundo, num tom mais claro de cinza, há várias casas, em vários planos. As casas têm tamanhos e formas irregulares.

A mensagem icônica não codificada trata da leitura cultural que pode ser feita a partir da imagem. Pode-se perceber que o homem descrito na imagem é um agente de endemias, por suas vestes e equipamentos. O mosquito, além de estar exposto no retângulo que é o *Aedes Aegypti*, pode ser reconhecido também por suas características na imagem. Também é possível essa identificação, através das notícias e discussões no momento em que a Charge foi publicada, pois estas estavam voltadas para o surto de novas doenças e combate àquelas transmitidas por esse mosquito específico. Outra questão é que as casas dispostas ao fundo de forma irregular, pequenas e com aspectos simples aparentam tratar de um bairro periférico, onde ocorrem os maiores surtos de doenças devido, possivelmente, à falta de prevenção e saneamento básico.

De acordo com a abordagem de Camargo (1998), na Charge em análise, a palavra “*desenrolado*” não foi empregada no sentido denotativo que quer dizer “*estendido, desenroscado*”; mas foi empregada no sentido conotativo para dar qualidade ao mosquito no sentido de “*esperto, inteligente, astuto, que sabe se*

comunicar”. Na imagem, também há o sentido denotativo na imagem do agente em relação ao mosquito porque refere-se ao sentido real. Pode-se perceber, pela linguagem visual, a ilustração do agente com traços exagerados, uma hipérbole da imagem. Há também a personificação do mosquito que apresenta traços humanos como a fala e chapéu. É possível identificar a metonímia nas casas representando o Brasil, na relação parte pelo todo, uma vez que o problema atinge todo o país e, na imagem ilustra-se apenas um recorte. Em relação à coerência interssemiótica há convergência entre o texto e a imagem.

Analisando o *ethos* (chargista) representado na Charge, vê-se que ele se configura a partir dos posicionamentos acerca do tema abordado, dirigindo-se a um *pathos* (auditório) universal constituído pelos leitores desse exemplar. Quanto ao *logos* (argumentos), está configurado no gênero Charge com toda a possibilidade de análise na linha retórica e semiótica.

Quanto à linha retórica, os argumentos visualizados nessa Charge aparecem assim nomeados: modelo, analogia e metáfora. O argumento modelo (PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 1996) aparece na fala do mosquito “boas pessoas não matam”. O conceito de que uma pessoa boa não mata é aceito de forma generalizada pelo auditório que significa o aconselhamento por meio da ideia do valor social que se tem acerca da bondade, pois, assim fazendo, o mosquito conseguia permanecer livre e, assim, continuar sua missão de proliferação.

Além desse argumento, verifica-se o de analogia, que é identificado quando se faz o uso de um ditado popular: “Não faz mal nem a uma mosca”. Em geral, o ditado popular não é utilizado em sentido literal, mas, no caso da Charge, curiosamente, o termo mosca faz referência a um inseto da mesma categoria que é o mosquito. E, metaforicamente, a palavra mosca indica “fragilidade”, e que, portanto, pode ser relacionado à “passividade”, à “bondade”, sendo, portanto, inofensivo aos seres humanos.

A análise aponta para uma interpretação da Charge que envolve um problema social da mais alta relevância da saúde pública, à luz dos caracteres fornecidos pela Retórica e pela Semiótica. A primeira se configura, muitas vezes, quando o chargista (*ethos*), se utiliza de argumentos retóricos (*logos*) para persuadir o leitor (*pathos*); a segunda quando esse mesmo *ethos* se utiliza da imagem para que a mensagem seja bem compreendida pelos leitores do jornal.

#### 4.3.2 Análise 2

**Figura 21 - Lista de material escolar**



Fonte: Gazeta de Alagoas (08/01/16).

A Figura 21, traz a temática de uma situação recorrente anualmente para as famílias da sociedade alagoana: os gastos com materiais escolares. As listas de materiais escolares citadas na Charge são exclusivas das escolas particulares que, todo início de ano letivo solicita aos pais ou responsáveis uma infinidade de itens que supostamente serão utilizados pela criança durante todo o ano. É comum ouvir reclamações dessas listas tanto em relação à quantidade quanto ao pedido de determinado tipo de material.

Órgãos do governo como o Procon (Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor) fazem a fiscalização dessas exigências e orientam aos consumidores sobre as quantidades e itens legais. Todos os anos são realizadas denúncias relacionadas aos abusos das escolas no início do ano escolar. Outro problema é o momento e prazo de entrega. Muitas escolas condicionam a entrega com o ingresso do aluno em sala de aula, cobram valores em dinheiro para itens não apresentados ou restringem o momento de entrega, gerando atritos e preocupações para os pais ou responsáveis pelas crianças.

Ao situar o contexto da imagem em análise, observa-se, em uma visão semiótica, a captação de três tipos de mensagem: a linguística, icônica codificada e icônica não-codificada. A primeira (mensagem linguística) voltada às categorias de ancoragem e relevo. A ancoragem se dá no balão de diálogo da personagem, menino localizado à direita. É o texto do balão que dá direção ao assunto tratado. Já a função relevo ocorre através do retângulo centralizado “Quando você sabe que o ano começou” que dá sentido à imagem, enfatizando um padrão de fatos e uma série adotada pelo chargista.

Já a segunda mensagem (icônica codificada) trata de todos os elementos gráficos. A Figura apresenta duas personagens: um homem e um menino. O homem está sentado numa poltrona com a mão direita na cabeça e com a esquerda segura um papel que desce até o chão. Os cabelos dele estão assanhados, olhos arregalados e pernas esticadas. O menino está de pé em frente ao homem, com o braço direito estendido e dedo indicador apontando para a lista.

E a terceira mensagem (icônica não codificada) trata da leitura cultural feita a partir dos elementos dispostos na Charge. Nela, é focalizada a temática dos gastos relacionados às listas de materiais escolares no início do ano letivo. Pode-se observar na imagem um pai próximo ao filho no momento em que lê a lista exigida pela escola. Pelo semblante (mão na cabeça e olhos arregalados) apresentado pelo pai, pode-se perceber a preocupação por causa do tamanho da lista. Já o filho, não estando ciente da dimensão do problema, sugere que o pai compre um tablete em vez dos materiais escolares.

De acordo com a abordagem de Camargo (1998), a imagem apresenta sentido denotativo, pois expressa a situação da forma que acontece na realidade. Na linguagem visual, observa-se a hipérbole da imagem nos traços exagerados dos olhos do pai, cabelos assanhados e postura do corpo. De acordo com o conceito de coerência interssemiótica, há convergência entre o texto e a imagem.

Em relação aos aspectos de linha retórica, vê-se o *ethos* (chargista) representado na Charge, na maneira como ele se posiciona acerca do tema abordado, nesse caso, assume o ponto de vista dos consumidores (pais e responsáveis) e não das instituições escolares. Dirige-se a um *pathos* (auditório) universal constituído pelos leitores desse exemplar, população possivelmente incluída nessa situação de gastos com materiais escolares. Quanto ao *logos*, está configurado no gênero em destaque com toda a possibilidade de análise na linha retórica e semiótica, a partir da veiculação dos argumentos em textos e imagens.

Na linha retórica, os argumentos visualizados nessa Charge aparecem assim nomeados: ilustração, modelo, exemplo e analogia. O argumento ilustração (PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 1996) parte dessa cena específica que corrobora o aspecto geral de preocupação dos pais durante o período de compra dos materiais escolares. O argumento modelo pode-se perceber no tamanho da lista que geralmente é cobrada (infere-se pelo tamanho e seu valor comparado ao de um *tablet*). As reclamações é que os padrões de listas utilizadas pelas escolas são

muito extensos, solicitando materiais desnecessários e além da responsabilidade da família.

O argumento do exemplo está presente na forma em que a cena representada reforça a regra de que todo início de ano os responsáveis por crianças em idade escolar se deparam com gastos exorbitantes por causa dos materiais e exigências das escolas. Já o argumento por analogia pode ser identificado na equivalência feita entre lista e tablete. Apesar de não fazerem parte de uma mesma categoria em relação à composição, eles se tornam similares e equivalentes pelo valor monetário.

A análise dessa Charge aponta para uma interpretação que envolve um problema social recorrente e que atinge grande parte da população. A análise foi realizada à luz dos caracteres fornecidos pela Retórica e pela Semiótica. A partir do posicionamento do chargista (*ethos*), utilizam-se de argumentos retóricos (*logos*) para persuadir o mundo leitor (*pathos*). Essa é a perspectiva Retórica. Já a Semiótica, revela esse mesmo *ethos* na utilização da imagem.

#### 4.3.3 Análise 3

**Figura 22 - Dívidas no início do ano**



Fonte: Gazeta de Alagoas (05/01/16).

A Figura 22, aborda uma temática que se repete anualmente: dívidas no início do ano decorrentes dos gastos efetuados no final do ano anterior. Esses gastos são referentes às festividades de fim de ano, como Natal e *Réveillon*, além das reuniões de confraternização das empresas e grupos sociais. Agregado a isso, no geral, as pessoas se preocupam em comprar roupas novas, reformar o imóvel, fazer passeios ou viagens já que estão em férias ou recesso nesse período.

Como há um aumento desenfreado dos gastos em um curto espaço de tempo, muitas pessoas acabam ultrapassando os limites, gastando o dinheiro e ainda utilizando cartões de crédito. O comércio incentiva os gastos e até oferece condições de pagamento facilitadas para que o consumidor gaste ainda mais. O exagero também acaba ocorrendo nas questões alimentares. Muitas festas, muita comida e bebida, é comum ouvir sobre ganho de peso durante esse período. As redes sociais estão cheias de publicações de humor relacionadas ao aumento de peso e exagero na alimentação durante as festas de fim de ano.

Inicialmente, a Charge será observada com uma visão semiótica em que há a captação de três tipos de mensagem: a linguística, icônica codificada e icônica não-codificada, segundo a classificação de Barthes (1964). A primeira mensagem (linguística) voltada às categorias de ancoragem e relevo. A ancoragem se dá no balão de diálogo da personagem, pois diz respeito ao texto que direciona o assunto abordado. Neste caso, a personagem é uma mulher localizada no lado direito e o balão de diálogo próximo a ela. Já a função relevo ocorre através do retângulo centralizado “Quando você sabe que o ano começou” que dá sentido à imagem e revela uma série de Charges elaboradas pelo chargista que tratam de assuntos relacionados a esse tema.

Já a segunda mensagem (icônica codificada) trata de todos os elementos gráficos dispostos na ilustração. Na cena, há um homem à esquerda em cima de uma balança, o corpo voltado para a balança e a cabeça virada para trás olhando para alguns papéis na mão de uma mulher, que está à direita. O homem está descalço, veste bermuda e camiseta regata que cobre sua barriga grande. Sua boca está curvada para baixo e tem uma sobrelanceira arqueada e outra para baixo. A mulher calça um tipo de sapato, saia, blusa sem mangas e está com o cabelo preso. Com a mão direita, segura três papéis e com a esquerda aponta para as folhas.

E a terceira mensagem (icônica não codificada) trata da leitura cultural que pode ser feita a partir dos elementos apresentados. Pode-se inferir que o homem e a mulher são um casal pela informalidade das vestimentas de ambos, que parecem estar em um ambiente familiar e pelo fato de conversas sobre assuntos financeiros geralmente serem tratadas por pessoas íntimas. Na imagem, a balança mostra o ponteiro na parte superior esquerda como se revelasse o aumento de peso do homem. Isso é possível inferir por causa da barriga grande que, provavelmente, aumentou devido às festas de fim de ano. É possível também fazer uma

comparação desse ponteiro que aumenta o peso com o aumento dos gastos, com o aumento da fatura dos cartões e o aumento das preocupações geradas por eles.

De acordo com a abordagem de Camargo (1998), na imagem há o sentido denotativo quando se trata do aumento do peso da personagem, mas também é empregado o sentido conotativo quando o “peso” está relacionado ao aumento dos gastos, ao peso das contas, ao peso da preocupação, ao peso do trabalho para conseguir mais dinheiro para quitar as dívidas. Pode-se perceber, pela linguagem visual, na ilustração da barriga do homem, uma metáfora relacionada às contas. A barriga grande são as contas que ele precisa liquidar para que não gere esse peso, essa condição de dificuldade para caminhar, prosseguir. Há também uma hipérbole no tamanho em que a barriga foi representada, como é comum nesse gênero o exagero no traço para caracterizar a personagem.

Em relação à coerência interssemiótica, há convergência entre o texto e a imagem, como é possível observar uma vez que no balão de diálogo a frase já começa com “e tem mais...” como sequência a uma informação que foi posta a partir da imagem. O aumento de peso do homem seguido da chegada e aumento das faturas dos cartões.

Em relação ao *ethos* (chargista), vê-se que ele se configura a partir dos posicionamentos acerca do tema abordado ao lado da grande parte da população que inicia o ano com problemas financeiros. O chargista dirige-se a um *pathos* (auditório) universal constituído pelos leitores desse exemplar, população possivelmente, vivenciando a mesma situação retratada na Charge. Quanto ao *logos* (argumentos), está configurado no gênero em tela a partir do texto e das imagens com toda a possibilidade de análise na linha retórica e semiótica.

Quanto à linha retórica, os argumentos visualizados são: exemplo, ilustração, antimodelo, analogia e metáfora. O argumento pelo exemplo permite ao chargista fazer generalizações acerca de algo. Generaliza a situação das pessoas no início do ano, depois das festas e gastos do final de ano. O argumento ilustração parte do específico para reforçar o geral. Nesse caso, o chargista se utilizou do casal, um modelo específico de família para retratar a situação das famílias em geral.

O argumento antimodelo pode-se perceber na maneira como as pessoas estão iniciando o ano. Todo início deveria ser de boas expectativas e esperança porque essa é a mensagem tradicional, mas o que se observa é que as atitudes das

personagens fizeram com que o ano novo iniciasse com preocupações, o que não é um modelo a ser seguido. Ainda tratando sobre os argumentos, observa-se o argumento de analogia quando há essa comparação e equivalência entre o aumento de peso e aumento da fatura. Há também o argumento metáfora ao se perceber o peso da barriga como o peso das contas, em uma relação de semelhança.

A presente análise indica em sua interpretação um problema social que é a instabilidade financeira da maioria da população. De forma satírica e humorística o chargista revela os antagonismos: de um lado as festividades do fim de ano; do outro, as preocupações e problemas gerados pelos gastos exacerbados. À luz dos caracteres fornecidos pela Retórica e pela Semiótica, percebe-se quando o chargista (*ethos*) se utiliza de argumentos retóricos (*logos*) para persuadir o mundo leitor (*pathos*), a partir dos textos e imagens que compõem o gênero em destaque.

#### 4.3.4 Análise 4

**Figura 23 - Notícias do Facebook**



Fonte: Gazeta de Alagoas (22/01/16).

A Figura 23, traz a temática sobre a veiculação de notícias a partir das redes sociais. Por causa do grande número de seguidores e da quantidade de horas que se passa nessas redes, as empresas midiáticas se utilizam dessas redes para veiculação de notícias, sem contar o grande apelo em relação às empresas de vendas de produtos e serviços. Devido a esses fatos, acaba ocorrendo o truncamento de notícias e a veiculação de boatos por causa da liberdade que os usuários possuem na publicação de notícias. Em nosso país, as leis relacionadas aos crimes e condutas na internet ainda estão sendo consolidadas, por isso há uma abertura judicial, acarretando verdadeiras confusões iniciadas no mundo digital.

Observa-se, inicialmente, a partir dos estudos semióticos, que a imagem apresenta três tipos de mensagem: a linguística, icônica codificada e icônica não-codificada. Na classificação de Barthes (1964), a primeira mensagem (linguística) voltada às categorias de ancoragem e relevo. A ancoragem se dá nos balões de diálogo das personagens, pois diz respeito ao texto que direciona o assunto abordado na imagem. A função relevo não ocorre nesse exemplar.

A segunda mensagem (icônica codificada) trata de todos os elementos gráficos presentes. Há três homens: um em pé no lado esquerdo apontando com a mão esquerda e com a direita sob uma mesa e, dois sentados atrás da mesa no lado direito. Os três homens são calvos e usam óculos. Ao fundo há um grande painel com um planeta no meio.

A terceira mensagem (icônica não codificada) trata da leitura cultural que pode ser feita a partir dos elementos apresentados na imagem. Nesse caso, observa-se uma crítica de forma satírica à grande quantidade de notícias veiculadas nas redes sociais, entre elas o Facebook, em que são consideradas verídicas mesmo que não transmitidas pelas mídias oficiais. Na cena, infere-se que são cientistas por suas vestimentas (jaleco branco) e discutem sobre a revelação de um novo planeta. A notícia é veiculada primeiro pelo Facebook e não pela comunidade científica o que gera uma inversão de valores e uma falta de credibilidade do que tem sido veiculado nas redes.

De acordo com a abordagem de Camargo (1998), a cena tem um sentido denotativo, pois as palavras empregadas são tratadas em seu sentido real. Pode-se perceber, pela linguagem visual, a ilustração do cientista, localizado à esquerda, uma hipérbole de sua feição: olhos arregalados e boca aberta. Em relação a coerência interssemiótica, há convergência entre o texto e a imagem em que ambos se completam, seguindo a mesma direção.

Em relação ao *ethos* (chargista) representado na Charge, vê-se que ele se configura a partir dos posicionamentos acerca do tema abordado, dirigindo-se a um *pathos* (auditório) universal constituído pelos leitores desse exemplar, população em sua maioria usuária das redes sociais. Quanto ao *logos* (argumentos), está configurado no gênero em destaque com toda a possibilidade de análise na linha retórica e semiótica.

Quanto à linha retórica, os argumentos visualizados são: antimodelo e ilustração. O argumento modelo (PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 1996) se dá

a partir de pessoas que nos servem de inspiração, já o antimodelo, trata daquilo que devemos evitar. No caso da ilustração, identifica-se uma apreciação sobre a postura de um cientista. Uma das personagens critica a atitude dos outros dois cientistas, configurando assim, um antimodelo, pois esse tipo de profissional deveria estar sempre buscando suas informações cientificamente e não em redes sociais. O argumento pelo modelo seria do cientista com uma atitude de pesquisador através da ciência para chegar as suas conclusões. Outro argumento é o de ilustração, que através desse caso específico, traz um alerta para uma regra geral de não colocar toda credibilidade em fatos repercutidos nas redes sociais.

A análise aponta para uma interpretação da Charge que envolve um problema social da mais alta relevância, à luz dos caracteres fornecidos pela Retórica e pela Semiótica. A primeira se configura, muitas vezes, quando o chargista (*ethos*), se utiliza de argumentos retóricos (*logos*) para persuadir o mundo leitor (*pathos*); a segunda quando esse mesmo *ethos* se utiliza da imagem para que a mensagem seja bem compreendida pelos leitores do jornal.

#### 4.3.5 Análise 5

**Figura 24 - Escândalos na política**



Fonte: Gazeta de Alagoas (31/01/16).

A Figura 24, traz a temática das operações realizadas no Brasil em combate a corrupção, tendo como protagonista o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, conhecido popularmente como Lula. A primeira abordagem é sobre o Mensalão, que foi o escândalo relacionado à compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional Brasileiro entre os anos de 2005 e 2006. A segunda é sobre a operação Lava Jato, que foi criada em 2014, mas teve sua maior repercussão com as denúncias feitas em 2016 e foi a maior operação de investigação de lavagem de

dinheiro que o Brasil já teve. A terceira trata sobre a operação Zelotes, que são denúncias por tráfico de influência, lavagem de dinheiro e organização criminosa. Todas essas operações revelam a fragilidade do cenário político nacional o que traz prejuízos internos e também nas relações internacionais do país.

Observa-se a Charge, inicialmente, com uma visão semiótica em que há a captação de três tipos de mensagem: a linguística, icônica codificada e icônica não-codificada. A primeira mensagem (linguística) voltada às categorias de ancoragem e relevo. Na imagem, não há ancoragem, pois não apresenta balão de diálogo da personagem. Já a função relevo, está presente e ocorre através da caixa de texto, centralizada, em que há escrito “Salto Triplex”. Essa informação dá sentido à imagem.

A segunda mensagem da imagem (icônica codificada) trata de todos os elementos gráficos presentes. Na cena, o ex-presidente do Brasil, Lula, aparece dando saltos como se estivesse participando de uma prova de atletismo. A roupa remete a uma vestimenta de esportes, a pista apresenta marcações como em uma pista de atletismo e a posição do corpo dele também tem esse aspecto de movimento. Nas divisões da pista há escrito “Mensalão, Lava Jato e Zelotes”, respectivamente. Acima, em uma caixa de texto, centralizada, há escrito “Salto Triplex”.

A terceira mensagem da imagem (icônica não codificada) trata da leitura cultural que pode ser realizada a partir dos elementos dispostos na ilustração. Pode-se perceber uma crítica pontual as artimanhas que o ex-presidente Lula articulou para se desviar das acusações feitas nessas operações. Além disso, há a informação do salto tríplex que não só se remete aos três pulos que ele dá sob as três operações, como ilustra a Charge, mas também a mais uma investigação realizada acusando o ex-presidente da compra e reforma de um apartamento tríplex, em São Paulo.

De acordo com a abordagem de Camargo (1998), a palavra “salto” não foi empregada no sentido denotativo que significa o ato de saltar ou pular, mas foi empregada no sentido conotativo para remeter-se as tentativas de desvios de Lula em relação às denúncias e acusações feitas contra ele nas três operações citadas. Pode se perceber, pela linguagem visual, a ilustração caricaturada de Lula que em si já traz traços mais marcantes, uma hipérbole da imagem, que é característica da Charge. Também há a metáfora do salto representando as tentativas de fuga do ex-

presidente do Brasil. E, a metonímia quando se pode perceber o todo (grande combate à corrupção no Brasil) pelas partes (operações citadas na imagem). Em relação à coerência interssemiótica, há convergência entre o texto e a imagem.

Em relação ao *ethos* (chargista) representado, vê-se que ele se configura a partir dos posicionamentos acerca do tema abordado, nesse caso, dos assuntos de cunho político que foram destaque absoluto nas mídias durante todo o ano de 2016, em saliência, as acusações feitas ao ex-presidente Lula. Esse *ethos* (chargista) dirige-se a um *pathos* (auditório) universal constituído pelos leitores desse exemplar, população que, provavelmente, acompanha as repercussões das operações instauradas contra a corrupção no Brasil. Quanto ao *logos* (argumentos), está configurado no gênero em tela com toda a possibilidade de análise na linha retórica e semiótica.

Quanto à linha retórica, os argumentos visualizados aparecem assim nomeados: antimodelo e metáfora. O argumento modelo (PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 1996) aparece quando se tem uma figura pública que deveria ser exemplo de lisura, transparência e honestidade. Aqui, se dá o antimodelo, quando, supostamente, há a postura adotada por alguém que não se deve imitar. Além desse argumento, aparece a metáfora, que é identificada quando o salto é utilizado para expressar a tentativa de fuga/desvio de Lula. O sentido do salto não se dá em seu sentido real, mas metafórico.

A análise aponta para uma interpretação da Charge que envolve um problema social da mais alta relevância e que atinge todos os brasileiros que é a corrupção na política, na ilustração sendo retratada pelas operações em combate a essa prática, à luz dos caracteres fornecidos pela Retórica e pela Semiótica. A primeira se configura, muitas vezes, quando o *ethos* (chargista) se utiliza de argumentos retóricos (*logos*) para persuadir o mundo leitor (*pathos*); a segunda quando esse mesmo *ethos* se utiliza da imagem para que a mensagem seja bem compreendida pelos leitores do jornal.

A seguir, o Quadro 4, aponta um resumo das categorias utilizadas nas análises e a recorrência de cada uma delas, apresentando os resultados da pesquisa de forma objetiva, a partir dos conceitos apresentados nas seções anteriores.

Quadro 04 - Resumo das análises						
Categorias de análise		Charge 1	Charge 2	Charge 3	Charge 4	Charge 5
Semiótica	Mensagens da imagem	M1 – Relevo Ancoragem M2 M3	M1 - Relevo Ancoragem M2 M3	M1 - Relevo Ancoragem M2 M3	M1 - Ancoragem M2 M3	M1 - Relevo M2 M3
	Sentido	Denotativo (real) Conotativo (figurado)	Denotativo (real)	Denotativo (real) Conotativo (figurado)	Denotativo (real)	Conotativo (figurado)
	Figuras de Linguagem	Hipérbole Personificação Metonímia	Hipérbole	Hipérbole Metáfora	Hipérbole	Hipérbole Metáfora Metonímia
	Coerência interssemiótica	Convergência	Convergência	Convergência	Convergência	Convergência
Retórica	Tríade Aristotélica	Ethos, Pathos e Logos	Ethos, Pathos e Logos	Ethos, Pathos e Logos	Ethos, Pathos e Logos	Ethos, Pathos e Logos
	Argumentos	Modelo Analogia Metáfora	Ilustração Modelo Analogia Exemplo	Ilustração Antimodelo Analogia Exemplo Metáfora	Antimodelo Ilustração	Antimodelo Metáfora

Fonte: Própria.

M1 – Mensagem linguística (ancoragem e relevo)

M2 – Mensagem icônica não codificada

M3 – Mensagem icônica codificada

As temáticas abordadas foram:

Análise 1 / Tema: Combate ao Mosquito Aedes Aegypti;

Análise 2 / Tema: Lista de material escolar;

Análise 3 / Tema: Dívidas no início do ano;

Análise 4 / Tema: Notícias do Facebook;

Análise 5 / Tema: Escândalos na política.

O Quadro 4 foi elaborado enfatizando os resultados obtidos a partir das análises realizadas. Na primeira parte, observou-se as recorrências das categorias da Semiótica: mensagens da imagem, sentido, figuras de linguagem e coerência interssemiótica. As mensagens da imagem tratam da recorrência da ancoragem ou relevo (mensagem linguística) e como se apresentaram nas Charges as mensagens icônicas codificada e não codificada. Sobre o sentido, foi analisado se as imagens apresentavam um sentido real (denotativo) ou figurado (conotativo). Já sobre as figuras de linguagem, foram analisadas as recorrências da hipérbole, metáfora, metonímia e personificação. Em relação a coerência interssemiótica, foi analisado se havia desvio, convergência ou contradição na relação texto e imagem.

Nos aspectos relacionados a Retórica foram elencadas a tríade Aristotélica e os argumentos. Na tríade, observou-se como o *ethos* (chargista), *pathos* (auditório) e *logos* (argumentos retóricos) se apresentavam em cada Charge. Sobre os argumentos, foram reveladas as recorrências do grupo dos que *fundamentam a estrutura do real*, que é composto assim: argumentação pelo exemplo, ilustração, modelo/antimodelo, analogia e metáfora.

A primeira categoria observada foi representada pelos três tipos de mensagem da imagem, segundo a Semiótica (BARTHES, 1964). A primeira possui as categorias de ancoragem e relevo, havendo recorrência de ancoragem em 80% das Charges, assim como a categoria relevo que também ocorreu em 80% delas. Sobre as mensagens icônica codificada e icônica não codificada, em 100% das Charges, foram descritos e analisados esses aspectos em cada ilustração particularmente.

Em relação ao sentido da imagem, na linha semiótica (CAMARGO, 1998), foi observado 20% das Charges com sentido conotativo; 40% com o sentido denotativo; e 40% apresentaram os dois sentidos. Já a recorrência das figuras de linguagem, nessa mesma linha, revelou que em 100% das Charges ocorreu a hipérbole, uma característica própria desse gênero que apresenta exagero nos traços dos desenhos como marca. Além disso, em mais 40% ocorreu também a metáfora. Apresentou em 20% a personificação e, 40% a metonímia. Em relação à coerência interssemiótica, 100% das Charges apresentaram convergência entre texto e imagem.

Já na abordagem retórica, as categorias utilizadas foram a tríade Aristotélica e os argumentos. Em relação à tríade, foi exposta a relação do *ethos* (chargista) com o seu *pathos* (auditório) na veiculação do *logos* (argumentos), em cada uma

das análises. A categoria argumentos revelou que em 100% das Charges houve recorrência do argumento modelo/antimodelo. Isso se deve ao fato de esse gênero usualmente se pautar em pessoas e ações cotidianas para expressar uma opinião. O argumento por analogia apareceu em 60% das análises. O argumento metáfora também ocorreu em 60% das Charges. O argumento por ilustração e exemplo tiveram 40% de recorrência nas análises.

A partir dos resultados das análises, pôde-se perceber a veiculação dos argumentos nos textos e nas imagens do gênero em análise, a partir da junção dos estudos retóricos e semióticos. Também foi possível conhecer as particularidades da Charge, sua publicação e composição, bem como sua definição como gênero textual/discursivo presente, neste caso em análise, do jornalismo opinativo impresso.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como foco uma leitura do gênero jornalístico Charge a partir de uma visão retórico-semiótica, considerando os aspectos peculiares desse gênero, analisado em sua veiculação em um jornal local impresso de Maceió/AL. A relação entre Retórica e Semiótica se deu pelo fato de o gênero em análise comportar texto e imagem, necessitando de uma abordagem em um sentido mais amplo para contemplar suas particularidades.

Assim sendo, o trabalho iniciou com a discussão dos elementos retóricos, principalmente na abordagem da Nova Retórica (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 1996), em que dá destaque não só aos argumentos veiculados oralmente, mas também aos textos escritos, trazendo uma nova abordagem e força para os estudos dessa arte antiga, mas de grande utilização em diversas áreas do conhecimento.

Na sequência do trabalho, houve um enfoque nos estudos semióticos (BARTHES, 1964) em que se abordou a relação do texto/imagem e como os argumentos veiculados através do texto escrito também são reconhecidos nas imagens a partir das ilustrações. Percebeu-se, geralmente, uma linearidade entre os argumentos estabelecidos no texto e nas imagens.

Ainda na segunda seção, além da abordagem semiótica, houve um aprofundamento sobre as discussões de gênero (MARCUSCHI, 2008), bem como a situação da Charge como gênero jornalístico opinativo (MARQUES DE MELO, 2003), com suas características particulares, veiculação e composição (FLORES, 2002).

A partir desse aporte teórico, realizaram-se as análises seguindo a metodologia proposta a partir da pesquisa qualitativa. A seleção foi feita com base na observação de maior recorrência de elementos, segundo as perspectivas retórico-semióticas. Para uma melhor organização e verificação dos resultados na realização das análises, foi elaborado um quadro com categorias que constituem a Retórica e a Semiótica.

Dessa forma, foram respondidos os questionamentos levantados na pesquisa. Qual o caráter persuasivo da Charge? A Charge demonstra seu caráter persuasivo a partir dos argumentos e opiniões que veicula na busca da aderência do seu auditório. Qual a função desse gênero nas relações sociais? Esse gênero tem uma

grande identificação com seu público leitor, pois retrata o cotidiano e os fatos em destaque na sociedade. Como se dá a relação texto e imagem? A relação se dá de forma harmoniosa em que texto e imagem convergem para os mesmos sentidos. Os argumentos veiculados pelo texto reincidentem naqueles transmitidos pela imagem? A partir das análises realizadas, houve, em todos os casos, a convergência dos argumentos do texto e imagem.

A partir desse estudo com um enfoque retórico-semiótico, foi possível identificar as recorrências dos argumentos retóricos na Charge, bem como as categorias da Semiótica e destacar as marcas do *ethos* (chargista), *pathos* (público a que se dirige) e do *logos* (argumentos que utilizou para veicular determinadas teses). Foi possível também, a partir das análises, depreender as características peculiares do gênero em destaque.

Pelo presente estudo, observaram-se os pontos dominantes da Retórica e da Semiótica, em uma combinação da tríade Aristotélica em que o chargista moldura a Charge para atrair o auditório. Por isso, esse gênero é aceito e traz essa identificação imediata com o público. Ademais, mesmo em se considerando o gênero Charge como oriundo do Jornalismo, sobretudo o impresso, a sua análise, muitas vezes requeridas em âmbitos sociais mais amplos, pode levar os estudiosos de língua(gem) e, em especial, os professores, a levá-la ao contexto de sala de aula a fim de se reconhecer aspectos de cunho retórico e semiótico trabalhados ao longo desta dissertação.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. **A Arte de Argumentar**: gerenciando razão e emoção. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

ADAM, Jean Michel. **A linguística textual**: uma introdução à análise textual dos discursos. São Paulo: Cortez, 2008.

ARISTÓTELES [384-322 a.C.]. **Retórica**. 2 ed., revista. [Obras completas de Aristóteles. Coordenação: Antônio Pedro Mesquita. Tradução e notas: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena]. Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.

BARTHES, Roland. **Retórica de la imagen**. 1964. Disponível em: <<http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/833.pdf>>. Acesso em 22 fev. 2017.

BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação**. [trad. Viviane Ribeiro]. Bauru-SP: EDUSC, 1999.

CAMARGO, Luiz Hellmeister de. **Poesia Infantil e Ilustração**: Estudo sobre *Ou isto ou aquilo* de Cecília Meireles. São Paulo, Unicamp, 1998 (Dissertação de Mestrado). Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000135504>> Acesso em 05 out. 2016.

CAMPBELL, Susan Schultz Huxman Thomas R. Burkholder. **Atos de Retórica**: para pensar, falar e escrever criticamente. [Trad. Marlene Santana dos Santos Garcia]. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

CARTOON. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2015/03/1609190-veja-o-cartum-de-odyr-da-edicao-deste-domingo.shtml>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

DILMA. Disponível em: <<https://walalvescaricaturas.blogspot.com.br/2012/03/dilma-nossa-presidente.html>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. Gêneros e progressão em expressão oral e escrita – elementos para reflexões sobre uma experiência suíça (francófona). In: SCHNEUWLY, Bernard.; DOLZ, Joaquim. **Gêneros orais e escritos na escola**. [Tradução e organização: Roxane Rojo e Gláís Sales Cordeiro]. Campinas-SP: Mercado de Letras, 2004.

FIORIN, José Luiz. **Figuras de retórica**. São Paulo: Contexto, 2014.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Trad. Sandra Netz. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FLORES, Onici. **A leitura da charge**. Canoas: RS: ULBRA, 2002.

MAFALDA. Disponível em: <<https://planetamongo.wordpress.com/tag/mafalda/>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **A propósito do ethos**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Ethos discursivo*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais**: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO et aliae (orgs.), *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais**: configuração, dinamicidade e circulação. In: Karwoski, A.M. et al. *Gêneros textuais; reflexões e ensino*. Palmas e União do Vitória, PR: Kayganguê, 2005.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo e gêneros opinativos brasileiros**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MEYER, Michel. **A retórica**. Trad. Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.

OLIVEIRA, Cristiano Lessa. **Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa**: tipos, técnicas e características. Travessias (UNIOESTE. Online), 2009.

PARNAIBA, Cristiane dos Santos. (2013). **Charge e Representação**: Levantando Hipóteses Sobre a Construção da Representação na Charge. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0222-1.pdf>>. Acesso em 17 jul. 2017.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. Tradução Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

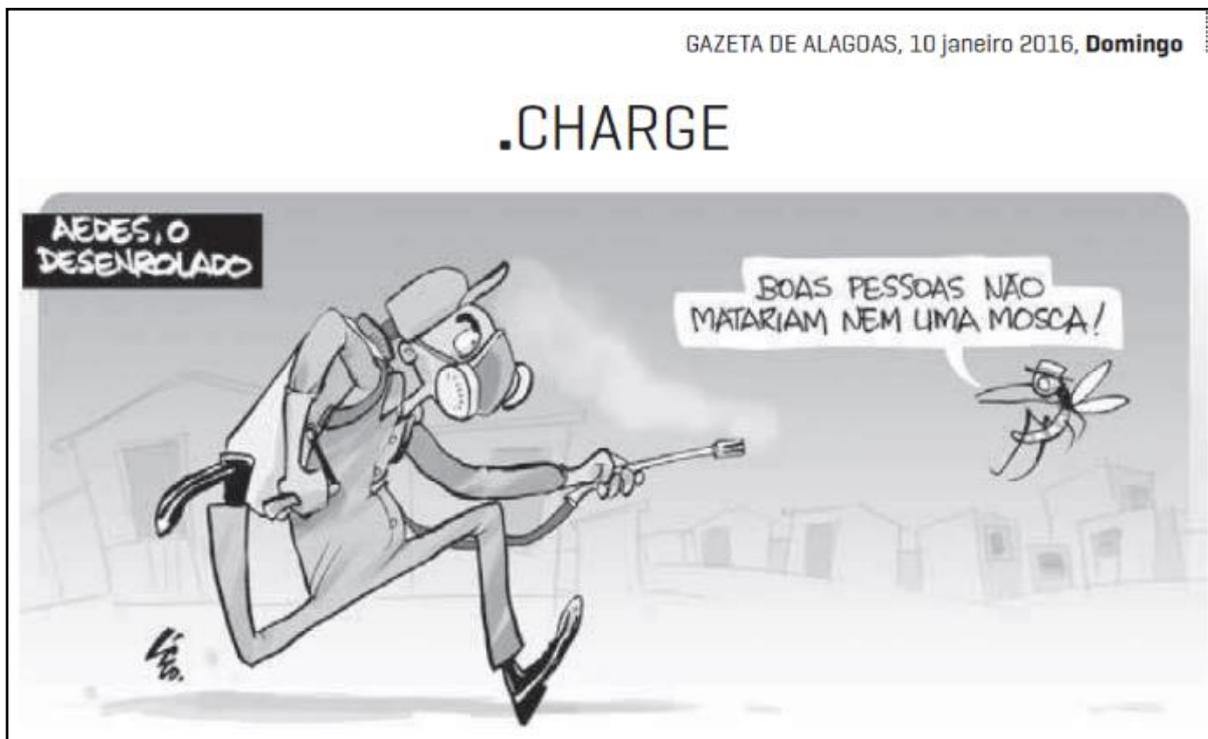
REBOUL, Oliver. **Introdução à retórica**. [tradução Ivone Castilho Benedetti]. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SANTOS, Maria Francisca Oliveira. A constituição do ethos no gênero “editorial”, na cidade de Maceió/Alagoas. In: MELO, D. W.; SANTOS, M. F. O. **Retórica e Análise da Conversação**: um encontro possível. Maceió-AL: Edufal, 2011.

SILVEIRA, Maria Inez Matoso. **Estudo sócio-retórico do ofício- gênero textual da correspondência oficial e empresarial**. Tese de Doutorado, PPG Letras e Linguística. Recife: UFPE, 2002.

## ANEXOS

Figura 20 - Combate ao Mosquito Aedes Aegypti



Fonte: Gazeta de Alagoas (10/01/16).

Figura 21 - Lista de material escolar



Fonte: Gazeta de Alagoas (08/01/16).

Figura 22 - Dívidas no início do ano



Fonte: Gazeta de Alagoas (05/01/16).

Figura 23 - Notícias do Facebook



Fonte: Gazeta de Alagoas (22/01/16).

Figura 24 - Escândalos na política



Fonte: Gazeta de Alagoas (31/01/16).