

APRESENTAÇÃO

Argumentação multimodal: desafios e tendências recentes. Uma introdução ao número especial



OPEN ACCESS

COMO CITAR

Gonçalves-Segundo, P. R.; Macagno, F.; Azevedo, I. C. M. (2021). Argumentação multimodal: desafios e tendências recentes. Uma introdução ao número especial. *Revista da Abralin*, v. 20, n. 3, p. 722-736, 2021.

Paulo Roberto GONÇALVES-SEGUNDO

Universidade de São Paulo (USP)

Fabrizio MACAGNO

Universidade Nova de Lisboa (NOVA)

Isabel Cristina Michelin de AZEVEDO

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

As redes sociais mudaram a maneira como nos comunicamos ou, pelo menos, a maneira como *normalmente* nos comunicamos. A comunicação se tornou mais rápida, imediata e, o que é mais importante, diferente. Expressamos nossas intenções não apenas por meio de recursos verbais – mais precisamente por meio de uma língua – mas também por meio de emoticons, animações, fotos e vídeos curtos. Nada disso é novo, contudo. O uso de diferentes modos ou modalidades de comunicação tem sido recorrente nas últimas décadas (HYLAND, 2009), o que tem permitido inferir que a “dominância da monomodalidade” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 1) está ruindo. O mundo da publicidade sempre foi definido pelo uso de diferentes mídias – e, portanto, diferentes modos de expressar uma mensagem (COOK, 1992). Em revistas e documentos, em relatórios e jornais e, mais recentemente, em aplicativos de mensagens e mídias sociais, como Facebook e Instagram, as palavras não são atuam mais sozinhas. Imagens, gráficos, tabelas e vídeos são usados para esclarecer conceitos, informar, fornecer evidências e até apresentar razões. As estratégias multimodais instanciadas para construir significado levantaram, no entanto, algumas importantes questões sobre a natureza dos argumentos e da argumentação e, mais ainda, sobre a relação entre interpretação e raciocínio. Um argumento pode ser expresso por meio de diferentes modalidades de comunicação? A argumentação é uma atividade apenas verbal? Como podemos reconstruir uma estrutura proposicional em um texto multimodal?

1. Existe argumentação multimodal?

O conceito de argumentação multimodal está necessariamente vinculado à definição de argumento e de argumentação. A teoria da argumentação sempre se concentrou em produções monomodais – mais precisamente, em textos expressos verbalmente. O *Tratado da Argumentação: A Nova Retórica*, que é considerada uma das obras fundadoras das teorias da argumentação, define o campo da argumentação a partir de uma escolha deliberada e clara: apenas “as técnicas discursivas que permitem *provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses*” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 4, itálico dos autores) são levadas em conta, ainda que tais “técnicas” sejam reconhecidas como não sendo as únicas, nem necessariamente as mais eficazes. O fato é que as teorias contemporâneas dominantes definiram argumento e argumentação em termos de sua expressão (JOHNSON, 2003; PATTERSON, 2011). Para van Eemeren, pelo menos na primeira formulação de sua teoria pragmadialética, a argumentação é entendida como uma ação verbal, na medida em que envolve diferenças de opinião e razões que são *externalizadas* (VAN EEMEREN; GROOTENDORST 1984, p. 6-7). De acordo com essa perspectiva inicial, pontos de vista e argumentos não podem ser crenças ou elementos mentais – a argumentação precisa de uma dimensão objetiva que, na perspectiva pragmadialética, é fornecida (apenas) pela comunicação verbal. Walton (1990, p. 411, tradução nossa) define argumentos como “meios sociais e verbais de tentar resolver – ou pelo menos lidar com – um conflito ou diferença que surgiu ou existe entre duas (ou mais) partes”. Tais concepções acabaram solidificando a ideia de que argumentos não poderiam ser visuais. Argumenta-se, por exemplo, que não seria possível distinguir nas imagens os componentes essenciais de um argumento, a saber, a tese e a razão (ou evidência) que a sustenta. Além disso, afirma-se que imagens estariam fora do domínio do negável e do refutável e que, quando as convertemos em asserções, não estamos mais no domínio dos argumentos “visuais” (FLEMING, 1996).

Para tratar do problema da existência de argumentação multimodal, é necessário, primeiramente, chegar-se a um acordo sobre o que é argumentação. Toulmin (1958) explicou isso de forma muito clara: a lógica – e, portanto, a argumentação – preocupa-se com o processo retrospectivo e justificatório de determinar por que e como um argumento adquire aceitabilidade (TOULMIN, 1958). Essa justificativa e essa avaliação envolvem formalidades (TOULMIN, 1958) e, por conseguinte, a representação de argumentos em termos de afirmações. Nesse sentido, é necessário distinguir um argumento de sua expressão, ou seja, a representação “lógica” dos significados que compõem o raciocínio daquilo que se diz ou se manifesta. A “objetivação” (VAN EEMEREN; GROOTENDORST, 1984, p. 7) daquilo que o falante pretende defender é prototipicamente (pelo menos nas sociedades ocidentais até agora) realizada por meios verbais. No entanto, isso não significa que a intenção comunicativa (e, portanto, argumentativa) do falante não possa se manifestar por outras modalidades, isoladamente ou em combinação (POPA, 2016). Contanto que seja possível realizar uma atividade justificatória retrospectiva – que sempre se baseia em formalismos que envolvem interpretações

verbais (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996) ou representações do que é manifestado, pressuposto ou implicado –, pode-se falar em argumentação expressa por modalidades não apenas verbais.

Está-se diante de uma argumentação multimodal quando significados que podem ser representados na forma de um argumento são construídos pela combinação de mais de uma modalidade. Mais precisamente, como afirma Tseronis (2018, p. 12, tradução nossa):

A argumentação multimodal [...] pode ser definida como uma atividade comunicativa na qual mais de uma modalidade (além da verbal escrita ou falada) cumpre papel no procedimento de testar a aceitabilidade de um ponto de vista que foi colocado (ou que provavelmente será colocado em questão) por outro participante (presente ou implícito). A modalidade visual, por exemplo, pode desempenhar um papel direto quando o significado (de parte) da imagem constrói (parte de) algum componente central de um argumento (alegação – razão – garantia) ou de qualquer outro ato argumentativo, como duvidar, criticar ou explicar.

Nessa perspectiva, os argumentos multimodais consistem simplesmente em formas diferentes de se construir um argumento. Como nos argumentos verbais, um texto é construído, interpretado pelo interlocutor e reconstruído pelo analista como um conjunto de proposições que apoiam uma conclusão (ou a atacam).

Mais importante ainda, os argumentos visuais – e, *a fortiori*, os argumentos multimodais – não diferem essencialmente dos argumentos puramente verbais. Como mencionado acima, Fleming (1996) sustentou seu ataque aos argumentos visuais alegando que sua tradução em proposições lhes subtrairia o estatuto visual. No entanto, consequência sérias emergem da aplicação desse raciocínio mesmo no tocante a argumentos puramente verbais. Em primeiro lugar, os entimemas são definidos a partir de sua dimensão implícita: ou uma ou mais premissas que o falante assume como acordadas não se encontram expressas, ainda que sejam necessárias para que se derive uma conclusão; ou uma conclusão tácita é derivada das premissas declaradas (BRAET, 1999; HITCHCOCK, 2017; VAN EEMEREN; GROOTENDORST, 1982). Tais componentes implícitos precisam ser reconstruídos como proposições: entretanto, isso não significa que, quando os explicitamos na análise, eles não estejam mais implícitos. Da mesma forma, o processo de reconstrução de um argumento multimodal envolve a reconstrução de premissas inferidas – a diferença é que tal reconstrução será realizada a partir de elementos tanto verbais quanto visuais. Em segundo lugar, de modo análogo ao significado visual, a representação semântica do significado verbal envolve uma interpretação que leva em consideração elementos que não estão explícitos e que não são necessariamente verbais (BIRDSSELL; GROARKE, 1996, p. 5, tradução nossa):

A palavra “bem”, isolada, pode referir-se à minha saúde, ao meu ceticismo ou ao abastecimento de água municipal. Se você ler a frase “Estou bem, obrigado”, o contexto deixa claro que o primeiro significado é o pretendido. O contexto desempenha um papel semelhante quando você ouve alguém me perguntar sobre como estou; nesse caso, dizer apenas “bem” seria uma resposta concisa, mas perfeitamente inteligível.

Não apenas um contexto verbal – cotexto – é necessário para eliminar a ambiguidade do significado de um enunciado e representar sua forma proposicional, mas um contexto não verbal é também frequentemente necessário (ver também VAN DEN HOVEN, 2015). Por exemplo, a frase "Posso ajudar você?" pode ter diferentes significados dependendo da situação e da cultura em que é enunciado (KECSKÉS, 2000, p. 610). Se for usada por um vendedor em uma loja para se dirigir a um novo cliente, ela pode ser vista como uma saudação mais do que como uma oferta de ajuda. No entanto, se pronunciada por um transeunte a uma pessoa com um pneu furado, seria uma genuína prestação de assistência. Finalmente, se usada pelo proprietário de um imóvel para um indivíduo que entrou sorrateiramente em sua casa, seu significado se assemelharia a um pedido "gentil" para que o intruso se retirasse da propriedade naquele instante. Em todos esses casos, a representação do significado depende de elementos que podem ser não verbais (POPA, 2016).

É claro, contudo, que a argumentação visual não é idêntica à verbal. Em primeiro lugar, a comunicação verbal é regida por convenções codificadas – uma gramática –, enquanto a "linguagem" das imagens é aparentemente arbitrária e subjetiva, o que pode levar a problemas de confiabilidade (GROARKE, 2002; JOHNSON, 2003). No entanto, as imagens nem sempre são, nem meramente são, semblantes de um estado de coisas real ou imaginário – que por si só pode ser representado proposicionalmente (ROQUE, 2015); elas consistem em representações, não raro altamente convencionalizadas, como é o caso dos símbolos (BIRDSELL; GROARKE, 1996). Além disso, as imagens constroem significado por meio de convenções específicas, que podem ser definidas a partir de uma "gramática" da expressão visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; VAN LEEUWEN, 2005). Em trabalhos recentes, esse diálogo entre os mecanismos de significação visual e os instrumentos de análise linguística se intensificou significativamente (WHARTON, 2009; YUS, 2008; FORCEVILLE; CLARK, 2014). De acordo com tais abordagens, as imagens, e em particular a combinação entre as modalidades verbal e visual, podem ser consideradas como um tipo de comunicação ostensiva que transmite mensagens codificadas não apenas verbalmente, mas também por meio de sinais visuais, emblemas e códigos pictóricos (KJELDSEN, 2012). Em cada contexto e cultura, as imagens visuais podem codificar informações específicas, que podem, então, ser enriquecidas, ou seja, especificadas contextualmente por meio de inferências pragmáticas. Nesse sentido, as imagens podem ser consideradas mensagens "codificadas" não verbalmente, passíveis de enriquecer as mensagens verbais ou de serem por elas enriquecidas.

A segunda diferença crucial está na estrutura dos compromissos. Na argumentação verbal, o falante é responsável (em maior ou menor grau) pelo que é dito explicitamente: os compromissos são determinados convencionalmente, sendo parcialmente codificados no enunciado. Em contrapartida, na argumentação visual (e multimodal) o leitor precisa realizar uma reconstrução mais complexa, pois as imagens podem sugerir uma narrativa ou um argumento, mas é, na verdade, o interlocutor (intérprete) – e não o falante – o responsável pelas proposições que representa(ria)m tal conteúdo (VAN DEN HOVEN, 2012). Nesse sentido, há sempre o risco de atribuir erroneamente ao produtor compromissos relativos a um enunciado construído pictoricamente. O ouvinte pode produzir "espantinhos" do argumento do produtor ou, inversamente, o produtor pode negar seus compromissos fornecendo uma interpretação alternativa.

As diferenças entre a argumentação verbal e a visual são reduzidas no tipo de comunicação que combina ambas as modalidades (também chamado de “código duplo”; ver Roque, 2012). Nesses casos, o enunciado verbal fornece compromissos explícitos que interagem com a interpretação da imagem, restringindo seu significado, convidando a inferências específicas e, assim, controlando os compromissos que o intérprete reconstrói a partir delas (TSERONIS; FORCEVILLE, 2017; KJELDSSEN, 2015).

2. Ferramentas teórico-metodológicas para a análise da argumentação multimodal

Várias combinações entre teorias tradicionais de argumentação e de interpretação verbal têm sido propostas para dar conta da complexidade da argumentação multimodal. A abordagem mais simples foi adotada por Groarke, que levou em consideração os diferentes "atos de argumentação" que podem ser realizados, tanto visual quanto verbalmente, e os traduziu ("converteu") para a estrutura proposicional típica de um argumento clássico (premissas e conclusão) (GROARKE, 2015). Apesar da relevante discussão que distingue atos de argumentação, forma proposicional de argumentos e modo de expressão, nenhum procedimento ou fundamentação teórica são apresentados para orientar a sistematização dos atos em termos proposicionais.

Um quadro teórico similar foi mobilizado por Kjeldsen (2012; 2013; 2015). O autor reconstruiu argumentos multimodais em anúncios a partir do diagrama de argumentos de Toulmin (2003[1958]), com foco na articulação entre a alegação (conclusão) e os elementos que a sustentam: dados (premissas), garantia e apoio (evidência). Além disso, os elementos visuais foram interpretados a partir dos mecanismos de inferência discutidos no âmbito da Teoria da Relevância (SPERBER; WILSON, 1995). Segundo Kjeldsen (2012), a relação entre uma imagem e as palavras pode ser captada por sua relevância mútua, que norteia as implicaturas que podem ser extraídas do texto e que podem ser expressas como proposições.

Uma abordagem diferente foi seguida pela escola de Lugano (ROCCI; MAZZALI-LURATI; POLLAROLI, 2013; POLLAROLI; ROCCI 2015), que analisou metáforas pictóricas usadas na publicidade e as reconstruiu como argumentos a partir da *Argumentum Model of Topics* (RIGOTTI; MORASSO, 2010). Metáforas pictóricas são decompostas e analisadas de forma proposicional com base na Teoria da Mesclagem Conceptual (FAUCONNIER; TURNER, 2002), que captura as propriedades do alvo e da fonte e as mescla em uma nova representação que pode ser expressa proposicionalmente. Os resultados de tal reconstrução são, então, analisados em conjunto com os elementos verbais, que fornecerão os componentes explícitos da estrutura do argumento. Na *Argumentum Model of Topics*, são cruciais, nesse processo de construção do argumento (ou esquema argumentativo), a máxima (ou garantia) que liga a premissa à conclusão e as premissas ligadas à endoxa.

A Pragmadialética também discutiu uma metodologia para reconstruir argumentos multimodais (FETERIS; GROARKE; PLUG, 2011). A abordagem é holística, no sentido de que todos os elementos e

o contexto são levados em consideração para se chegar a uma interpretação do ponto de vista que o texto pretende defender. A argumentação complexa envolvida em anúncios multimodais é dividida em seus componentes, ou seja, no argumento geral e nos possíveis subargumentos que o apoiam. De modo similar à abordagem da escola de Lugano, a teoria da Mesclagem Conceptual é usada para analisar metáforas. Contudo, mesmo que a proposta apresente um conjunto de etapas para a realização da análise, a base teórica subjacente à reconstrução de metáforas e imagens em proposições ainda não foi desenvolvida completamente.

Uma última abordagem para a reconstrução de argumentos multimodais foi proposta no âmbito da teoria dos esquemas argumentativos (MACAGNO; PINTO, 2021). Os argumentos multimodais podem ser reconstruídos em cinco níveis diferentes: primeiro, as mensagens codificadas verbal e pictoricamente (ROQUE, 2015) são combinadas com as informações contextuais; na sequência, essas representações semânticas são enriquecidas ao incluir sua articulação polifônica, suas especificações (explicaturas), suas funções dialógicas e forças ilocucionárias; por fim, a última etapa consiste em combinar esses resultados à estrutura de compromissos recuperada a partir de um esquema argumentativo (WALTON; REED; MACAGNO, 2008), que representa a estrutura “lógica” de um argumento multimodal. O referencial teórico dos esquemas argumentativos também é utilizado por Gonçalves-Segundo (2020) para a análise de metáforas na argumentação prática. Com base na perspectiva de Forceville sobre metáforas multimodais (FORCEVILLE, 2009) e na Teoria da Metáfora Conceptual e seus desdobramentos cognitivo-discursivos, diferentes tipos de metáforas multimodais são analisados como estratégias para construir distintos esquemas argumentativos de raciocínio prático e direcionar a atenção para determinadas dimensões desses esquemas (FAIRCLOUGH; FAIRCLOUGH, 2011; 2012).

3. As tendências mais recentes em argumentação multimodal

As tendências mais recentes na pesquisa da argumentação multimodal apontam diferentes caminhos e descortinam desafios essenciais para a reconstrução e a análise do significado construído por distintas modalidades.

O primeiro desafio é metodológico: textos e argumentos verbais são tipicamente analisados a partir de diferentes olhares teóricos, desenvolvidos na Linguística e na Filosofia da Linguagem. Pode-se, então, indagar: quais ferramentas são produtivas para interpretar textos argumentativos que envolvem imagens e vídeos, além da modalidade verbal? Žagar (2021) tentou resolver esse problema propondo uma estrutura analítica que rotulou como “encrônica”, ou seja, interativa e recursiva. De acordo com essa perspectiva, o analista segue um caminho de interpretação em que cada elemento do artefato multimodal (recursos visuais, recursos verbais, contexto, *background* cultural) é analisado independentemente dos demais, para, posteriormente, serem reexaminados de forma a

destacar suas possíveis interconexões. O resultado é uma descrição do texto multimodal como uma série de enunciados, que podem ser avaliados por meio de ferramentas de argumentação.

Juntamente com as metodologias procedimentais, combinações entre categorias e ferramentas têm disso propostas para fornecer uma interpretação mais depurada dos argumentos expressos por meio de diferentes modalidades. Em Serafis et al. (2020), as diferentes ferramentas que constituem a espinha dorsal da Análise Crítica do Discurso Multimodal (MACHIN; MAYR, 2012) são aplicadas à análise de argumentos verbo-imagéticos, o que resulta em uma metodologia interpretativa que combina *insights* da Semiótica, da Linguística, dos Estudos Discursivos e da Retórica. Instrumentos ainda mais específicos são discutidos por Abdel-Raheem (2020), que propôs abordar textos multimodais a partir das estruturas e das estratégias subjacentes à teoria cognitivo-discursiva de van Dijk. Nessa visão, propõe-se que variadas operações epistêmicas estão envolvidas na interpretação de um texto construído por distintas modalidades e enfocam-se diferentes componentes e dimensões de interação entre texto e contexto, tais como coerência, pressupostos, implicaturas e metáforas. As ferramentas do sistema de AVALIATIVIDADE (MARTIN; WHITE, 2005) são combinadas com o aparato de Grotzer para a reconstrução de argumentos multimodais em Wu (2020). Neste artigo, as duas dimensões dos argumentos multimodais – ou seja, a estrutura “lógica” e a postura retórica do falante, que inclui afeto, julgamento e apreciação – são analisadas com base em dois quadros teóricos distintos, com especial atenção dirigida às formas pelas quais a atitude do argumentador é construída pelas distintas modalidades e, principalmente, pelos elementos visuais e símbolos. Por fim, Tseronis (2021) descreve um método específico para analisar metáforas, antíteses e alusões em textos de código duplo, com base no conceito de relevância argumentativa, nas diferentes formas de interação entre o verbal e o imagético e nos diferentes papéis que cor, enquadramento, arranjo ou forma de uma imagem exercem na construção do significado.

Uma linha distinta e promissora de pesquisa consiste nos estudos de recepção, que investigam como um público responde a textos persuasivos de caráter multimodal. Um desafio fundamental para a pesquisa em argumentação multimodal é levantado por Kiili et al. (2021), que examinou interpretações de alunos sobre argumentos multimodais em vídeos sobre a importância da vacinação. Os autores depreenderam que, enquanto a maioria dos alunos foi capaz de entender a mensagem principal, apenas um quarto conseguiu reconstruir o raciocínio de forma precisa; o raciocínio da maioria dos alunos estava incompleto ou subdesenvolvido. Os autores relacionaram tal problema com a própria natureza dos textos multimodais, uma vez que as diferentes modalidades constroem informações distintas, que podem ser combinadas pelo leitor de diferentes maneiras, resultando em leituras não coerentes. Por esse motivo, defendem o trabalho com o letramento multimodal, voltado para a interpretação de textos persuasivos. Já no que tange à área de estudos de recepção *retórica*, Kjeldsen e Hess (2021) exploram a relação entre textos multimodais e *frames* pessoais, e mostram as diferenças entre os apelos emocionais mobilizados em comerciais e a emoção realmente sentida, que depende de diferentes fatores, como experiências pessoais e atitudes, além de possíveis incongruências na construção dos argumentos entre as distintas modalidades.

4. O número especial

Embora o assunto ainda seja novo, uma vez que podemos considerar 1996 como o ano no qual a argumentação multimodal emergiu como um objeto de pesquisa relevante, com a publicação de um número especial no periódico *Argumentation and Advocacy*, é intrigante que um país como o Brasil, com uma rica tradição em estudos argumentativos, tanto na Filosofia quanto na Linguística, não tenha dado atenção suficiente ao tema. Este número especial, publicado pela Revista da ABRALIN, consiste no primeiro esforço acadêmico sistemático – considerando o universo das revistas científicas do país – que visa a proporcionar uma discussão atualizada sobre tal objeto.

O dossiê é composto por 11 artigos (4 em inglês; 7 em português) que realmente ilustram o potencial de pesquisa sobre o assunto, fazendo jus a seu título: *Estudos da argumentação multimodal em diferentes perspectivas*. Além da diversidade teórica e metodológica, que engloba abordagens lógicas, retóricas, linguísticas e interacionais da argumentação, e do diálogo com outros campos, como a Semiótica Social, a Análise do Discurso e os Estudos da Metáfora, os artigos também revelam interesse em compreender a produção e interpretação de significados e de raciocínios argumentativos em gêneros distintos, como petições, infográficos, campanhas, anúncios, *cartoons*, postagens em redes sociais e memes. Além disso, eles estão afinados com as tendências recentes e respondem aos mais novos desafios do campo, conforme se pode observar na sequência.

O primeiro artigo, intitulado *Gênero jurídico petição inicial e sua argumentação verbo-visual: desafios metodológicos e teóricos*, é um exemplo perfeito dessa diversidade, pois se baseia em uma abordagem multidisciplinar para apreender o papel retórico das imagens em um gênero jurídico. Os autores, Lanzillo e Pinto, abordam, inicialmente, alguns desafios metodológicos e teóricos da argumentação multimodal nos gêneros jurídicos para, posteriormente, discutir, a partir de um estudo de caso, como as modalidades verbal e pictórica interagem na petição inicial para promover adesão. O estudo correlaciona determinadas formas de construção de significados representacionais e interativos (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006) à promoção da credibilidade (*ethos*) da empresa e à mobilização da emoção (*pathos*) do juiz. Além disso, destacam a relevância do gênero e de sua estrutura composicional, bem como dos valores e das técnicas argumentativas instanciadas para fornecer uma descrição mais precisa do papel da multimodalidade na argumentação jurídica.

Questões metodológicas também são discutidas no artigo de Leal, *Rhetoric and Visual Argument: proposition of methodological models based on the analysis of infographics*, que desenvolve a proposta inicial apresentada na dissertação de mestrado da autora (LEAL, 2021). Depois de discutir como a argumentação multimodal tem sido estudada no Brasil nos últimos anos, a pesquisadora apresenta um modelo de análise da argumentação multimodal em infográficos a partir de seus componentes lógico, retórico e expressivo. Em termos lógicos, a proposta privilegia a abordagem dos esquemas argumentativos, com especial atenção para a discussão de Gonçalves-Segundo (2021) sobre argumentação prática; em termos retóricos, a noção de acordo, discutida por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1969), é priorizada; e em termos expressivos, a dissertação de Fogolari (2009) é a fonte

primária. A metodologia é, então, aplicada à análise de um infográfico que instancia um esquema (instrumental) de raciocínio prático.

A argumentação prática ganha destaque no artigo de Gonçalves-Segundo e Isola-Lanzoni – *Multimodal practical argumentation and behavioral change: an analysis of the “Remember, the Metro is for everyone” campaign*. Ao estabelecer um diálogo entre a Semiótica Social e a Teoria da Argumentação, o artigo discute como os significados verbais e pictóricos são combinados para fornecer suporte argumentativo para Propostas de Ação (ou teses prescritivas) em uma campanha de transporte público orientada a mudar o comportamento dos usuários do metrô de Lisboa. O estudo não apenas discute, com base no arcabouço dos esquemas argumentativos, abordagens relevantes para a compreensão do raciocínio prático (FAIRCLOUGH; FAIRCLOUGH, 2012; MACAGNO; WALTON, 2018), como também apresenta uma agenda de estudos de argumentação multimodal com base em uma revisão de literatura. Em termos metodológicos, sua principal contribuição está em mostrar como a noção de tela (*canvas*) (BATEMAN et al., 2017), por um lado, e os sistemas representacionais e posicionais da Gramática do Design Visual, por outro, podem ser produtiva e efetivamente mobilizados para fundamentar a análise da condensação simbólica (KJELDSEN, 2018) e, assim, sistematizar como as partes componentes de uma imagem e a imagem como um todo podem atuar como premissa ou conclusão de um esquema argumentativo.

Pimenta e Figueiredo também investem em um dispositivo teórico-metodológico de análise argumentativa. O artigo, intitulado *Modes of subjectivation, ethos and the “Pathway of passions”: a theoretical-methodological apparatus for rhetorical analysis*, analisa, por meio das categorias e dos parâmetros propostos no âmbito da teoria da “Trajetória das Paixões”, um vídeo da campanha política de Artur do Val em 2018, discutindo como intertextualidade, subjetivação e *ethos* podem, juntos, promover a adesão. De acordo com tal referencial teórico, são cinco os processos associados à promoção da adesão: disponibilidade, identificação, despertar da paixão, mudança de julgamento e ação. Os dois primeiros recebem atenção especial na análise.

Em *Percepção dos consumidores portugueses sobre estereótipos de gênero nos argumentos publicitários verbais e não verbais*, Pio relata um estudo piloto, desenvolvido no contexto português, sobre a recepção de argumentos verbo-visuais na publicidade. A pesquisadora investiga como os estereótipos de gênero são percebidos pelos residentes portugueses e conclui que a modalidade verbal parece evidenciar – mais do que a imagética – a presença de estereotipagem. Em termos argumentativos, trata-se de um resultado relevante, na medida em que mostra que o auditório consegue – em menor ou maior grau – identificar essas generalizações, principalmente no que se refere à ocupação profissional de homens e mulheres, e, assim, resistir a tais raciocínios falaciosos. O artigo consiste, portanto, em um belo exemplo de como os estudos de recepção podem ser integrados à agenda de pesquisa em argumentação multimodal e multiletramentos.

A relação entre propaganda e gênero também é tematizada em *Ethos no discurso publicitário e os efeitos discursivos*, de autoria de Lopes e Souza. Baseando-se na abordagem semiolinguística proposta por Patrick Charaudeau (2010), o estudo mostra como estratégias de credibilidade e de

sedução, construídas em propagandas de perfume por meio da combinação de elementos verbais e pictóricos e da projeção de um *ethos* masculino, são utilizadas para induzir o consumo dos produtos.

Vereza e Dienstbach, em artigo intitulado *A wave of metaphors: image and visual metaphors in cartoons from a cognitive-discursive perspective*, dirigem sua atenção para o papel das metáforas multimodais na persuasão, uma linha de pesquisa que tem sido muito produtiva nos últimos anos – ver, por exemplo, van Poppel (2021). Baseando-se na perspectiva cognitivo-discursiva da metáfora, os autores discutem como os recursos linguísticos e imagéticos interagem para ativar mapeamentos entre domínios em *cartoons* políticos e sociais que tematizam a pandemia de Covid-19. O artigo defende que recursos multimodais distintos são mobilizados nos *cartoons* para envolver o auditório na resolução cognitiva dos mapeamentos que compõem as metáforas. Tais metáforas, dada sua complexidade, invocam estruturas e processos de diversos níveis, como esquemas imagéticos, metáforas conceituais (LAKOFF; JOHNSON, 1980) e metáforas situadas (VEREZA, 2013). Uma importante conclusão do artigo é a de que o humor atua nos *cartoons* como uma estratégia persuasiva que resulta da interação desses processos cognitivos e da instanciação de recursos multissemióticos.

Em *Argumentação multimodal nas mídias digitais*, Aquino e Pinto empregam uma abordagem multidisciplinar para depreender a orientação argumentativa de textos multimodais sobre política brasileira publicados no Facebook. Da Social Semiótica (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), as categorias da metafunção composicional são destacadas para avaliar o valor ideológico da configuração espacial dos elementos pictóricos na tela; das abordagens sociocognitivas do discurso, o artigo enfoca a noção de *frame* e a discussão de van Dijk (2003) sobre quadrado ideológico; e da Nova Retórica, as autoras resgatam as noções de persuasão, auditório e estratégia argumentativa. Como principal resultado, o estudo revela que esses textos instanciam recursos verbais e pictóricos que visam a construir uma representação positiva do endogrupo e uma representação negativa do exogrupo.

Seixas, em *A ecologia digital argumentativa: possibilidades e perspectivas para uma análise retórica da argumentação multimodal*, também discute como a argumentação multimodal funciona nos meios digitais. Diferentemente do artigo anterior, porém, ele foca em postagens do Instagram sob as hashtags *#forabolsonaro* e *#impeachmentbolsonaro*, ou seja, em textos multimodais que evidenciam uma postura crítica em relação ao atual presidente brasileiro, Jair Bolsonaro. Suas análises ancoram-se em conceitos e ferramentas da Análise do Discurso Digital (PAVEAU, 2021), bem como nas perspectivas retórico-discursivas de argumentação (ANGENOT, 2008; MEYER, 2008; SEIXAS, 2019). O artigo conclui que é possível falar de uma “retórica digital”, alicerçada nos conceitos relevantes já consolidados da área (*logos*, *pathos*, *ethos* e *doxa*) e em lentes especiais advindas de outras disciplinas para lidar com a natureza multissemiótica dos textos e com as especificidades técnicas do digital.

Esses últimos aspectos constituem o principal ponto de discussão do artigo *As molduras argumentativas do Instagram: design descritivo-analítico de interação multimodal*, escrito por Bacelar e Damasceno-Morais. Ao articular os princípios da netnografia com a perspectiva interacionista de argumentação formulada por Plantin (2005), o artigo discute como as molduras interacionais do Instagram são forma à dinâmica argumentativa em termos não apenas do delineamento da questão argumentativa e da emergência da *estase*, mas também dos atos argumentativos desempenhados e dos papéis actanciais

ocupados pelos usuários. A proposta é, então, aplicada à análise do conflito de opinião sobre “o que é ser professor?” no perfil @escolasempartidooficial da referida plataforma digital.

Por fim, Pereira da Silva e Andrade, em *Pazuello sob defesa de @direitasiqueira: Proposta para uma metodologia de análise de ações persuasivas de memes com base na TBS*, promovem uma instigante e original discussão sobre a argumentação multimodal no âmbito da Teoria dos Blocos Semânticos (TBS) (CAREL, 1992, 2011). Ao estender a noção de *signo* desenvolvida na teoria para englobar imagens, o artigo visa a mostrar como a TBS pode contribuir para explicar – considerando os níveis diegético e extradiegético e a dimensão dos explícitos e implícitos – a emergência de argumentos em postagens com memes incorporados. A análise ilustra a produtividade da proposta, ao descrever um argumento cuja tese está implícita e situada no nível extradiegético e cujas razões se encontram explicitamente construídas no nível diegético.

REFERÊNCIAS

ABDEL-RAHEEM, A. Mental Model Theory as a Model for Analysing Visual and Multimodal Discourse. *Journal of Pragmatics*, v. 155, p. 303-320, 2020. DOI <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.09.012>

ANGENOT, M. *Dialogues de sourds*. Paris: Mille et une nuits/Fayard, 2008.

BATEMAN, J.; WILDFEUER, J.; HIIPALA, T. *Multimodality: Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2017. DOI [10.1515/9783110479898](https://doi.org/10.1515/9783110479898).

BIRDSELL, D.; GROARKE, L. Toward a Theory of Visual Argument. *Argumentation and Advocacy*, v. 33, n. 1, p. 1-10, 1996.

BRAET, A. The Enthymeme in Aristotle's Rhetoric: From Argumentation Theory to Logic. *Informal Logic*, v. 19, n. 2&3, p. 101-117, 1999. DOI <https://doi.org/10.22329/il.v19i2.2322>

CAREL, M. *Vers une formalisation de la théorie de l'argumentation dans la langue*. Thesis (Doctorate in Linguistics). France: École des hautes études en sciences sociales, 1992.

CAREL, M. *L'Entrelacement argumentatif*. France: Honoré Champion Éditeur, 2011.

COOK, G. *The Discourse of Advertising*. London, UK, and New York, NY: Routledge, 1992.

EEMEREN, F. van; GROOTENDORST, R. Unexpected Premises: Part I. *The Journal of the American Forensic Association*, v. 19, n. 2, p. 97-106, 1982.

EEMEREN, F. van; GROOTENDORST, R. *Speech Acts in Argumentative Discussions: A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed towards Solving Conflicts of Opinion*. Dordrecht, Netherlands: Floris Publications, 1984.

FAIRCLOUGH, I.; FAIRCLOUGH, N. Practical Reasoning in Political Discourse: The UK Government's Response to the Economic Crisis in the 2008 Pre-Budget Report. *Discourse & Society*, v. 22, n. 3, p. 243-68, 2011. DOI <https://doi.org/10.1177/0957926510395439>

FAIRCLOUGH, N.; FAIRCLOUGH, I. *Political discourse analysis*. New York: Routledge, 2012.

FAUCONNIER, G.; TURNER, M. *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York, NY: Basic Books, 2003.

FETERIS, E.; GROARKE, L.; PLUG, J. Strategic Maneuvering with Visual Arguments in Political Cartoon. In: FETERIS, E.; GARSSSEN, B.; SNOECK-HENKEMANS, F. (org.) *Keeping in Touch with Pragma-Dialectics*. Amsterdam, Netherlands: Springer, 2011, p. 59-74.

FLEMING, D. Can Pictures Be Arguments? *Argumentation and Advocacy*, v. 33, n. 1, p. 11-22, 1996.

FOGOLARI, L. A. O *Gênero infográfico: Uma análise sociorretórica*. Dissertation (Masters in Language Sciences) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2009. Available in: <https://www.riuni.unisul.br/handle/12345/4596>.

FORCEVILLE, C. Non-Verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research. In: FORCEVILLE, C.; URIOS-APARISI, E. (org.) *Multimodal Metaphor*. Berlin, Germany: De Gruyter Mouton, 2009, p. 19-44.

FORCEVILLE, C.; CLARK, B. Can Pictures Have Explicatures? *Linguagem Em (Dis)Curso*, v. 14, n. 3, p. 451-472, 2014. DOI <https://doi.org/10.1590/1982-4017-140301-0114>

GONÇALVES-SEGUNDO, P.R. Multimodal metaphors and practical argumentation: discussing rhetorical effects and modes of articulation between modalities / *Metáforas multimodais e argumentação prática: discutindo efeitos retóricos e modos de articulação entre modalidades*. *Revista de Estudos da Linguagem*, v. 28, n. 2, p. 801-844, 2020. DOI <https://doi.org/10.17851/2237-2083.28.2.801-844>.

GONÇALVES-SEGUNDO, P. R. Argumentação multimodal: múltiplos olhares para um objeto complexo. In: GONÇALVES-SEGUNDO, P. R.; PIRIS, E. L. *Estudos de Linguagem, Argumentação e Discurso*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2021, p. 73-109.

GROARKE, L. Toward a Pragma-Dialectics of Visual Argument. In: EEMEREN, F. H. van (org.). *Advances in Pragma-Dialectics*. Amsterdam: Vale Press/Sic Sat, 2002. p. 137-151.

GROARKE, L. Going Multimodal: What is a Mode of Arguing and Why Does it Matter? *Argumentation*, v. 29, n. 2, p. 133-155, 2015. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9336-0>

HITCHCOCK, D. *On Reasoning and Argument: Essays in Informal Logic and on Critical Thinking*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing, 2017.

HOVEN, P. van den. The Narrator and the Interpreter in Visual and Verbal Argumentation. In: EEMEREN, F. H. van; GARSSSEN, B. (org.) *Topical Themes in Argumentation Theory*. Amsterdam, Netherlands: Springer, 2012, p. 257-71. DOI https://doi.org/10.1007/978-94-007-4041-9_17

HOVEN, P. van den. Cognitive Semiotics in Argumentation: A Theoretical Exploration. *Argumentation*, v. 29, n. 2, p. 157-76, 2015. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9330-6>

HYLAND, K. *Teaching and Researching Writing*. Harlow, UK: Pearson, 2009.

JOHNSON, R. Why 'Visual Arguments' Aren't Arguments. In: BLAIR, A.; JOHNSON, R.; HANSEN, H.; TINDALE, C. (org.). *Informal Logic at 25: Proceedings of the Windsor Conference*. Windsor, ON: Ontario Society for the Study of Argumentation, p. 1-13, 2003.

KECSKÉS, I. A Cognitive-Pragmatic Approach to Situation-Bound Utterances. *Journal of Pragmatics*, v. 32, n. 5, p. 605-625, 2000. DOI [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00063-6](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00063-6)

KIILI, C.; SMITH, B.; RÄIKÖNEN, E.; MARTTUNEN, M. Students' Interpretations of a Persuasive Multimodal Video About Vaccines. *Journal of Literacy Research*, v. 53, n. 2, p. 196-218, 2021. DOI <https://doi.org/10.1177/1086296X211009296>

KJELDSEN, J. Pictorial Argumentation in Advertising: Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation. In: EEMEREN, F. H. van; GARSSSEN, B. (org.) *Topical Themes in Argumentation Theory*. Amsterdam, Netherlands: Springer, 2012, 239-55.

KJELDSEN, J. Virtues of Visual Argumentation: How Pictures Make the Importance and Strength of an Argument Salient. In: MOHAMMED, D.; Lewiński, M. (org.) *Virtues of Argumentation: Proceedings of the 10th OSSA Conference*. Windsor: Scholarship at UWindsor, 2013.

KJELDSEN, J. The Rhetoric of Thick Representation: How Pictures Render the Importance and Strength of an Argument Salient. *Argumentation*, v. 29, n. 2, p. 197-215, 2015. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9342-2>.

KJELDSEN, J. Visual rhetorical argumentation. *Semiotica*, v. 2018, n. 220, p. 69-94, 26 jan. 2018. <https://doi.org/10.1515/sem-2015-0136>.

KJELDSEN, J.; HESS, A. Experiencing multimodal rhetoric and argumentation in political advertisements: a study of how people respond to the rhetoric of multimodal communication. *Visual Communication*, v. 20, n. 3, p. 327-352, 2021. <https://doi.org/10.1177/14703572211013399>.

KRESS, G.; Van Leeuwen, t. *Multimodal Discourse. The Modes of Media of Contemporary Communication*. London, UK: Arnold, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. ed. London: Routledge, 2006.

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

LEAL, V. C. *Análise do gênero infográfico no Jornal Digital Folha de São Paulo com base nos pressupostos da retórica visual*. 2021. Dissertation (Masters in Languages) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2021.

MACAGNO, F.; WALTON, D. Practical Reasoning Arguments: A Modular Approach. *Argumentation*, v. 32, n. 4, p. 519-547, 2018. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-018-9450-5>.

MACAGNO, F.; PINTO, R. Reconstructing Multimodal Arguments in Advertisements: Combining Pragmatics and Argumentation Theory. *Argumentation*, v. 35, n. 1, p. 141-176, 2021. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-020-09525-z>.

MACHIN, D.; MAYR, A. *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2012.

MARTIN, J. R.; WHITE, P. R. R. *The language of evaluation: appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.

MEYER, M. *Principia rhetorica: une théorie générale de l'argumentation*. Paris : Fayard, 2008.

PATTERSON, S. W. "A picture held us Captive": The later Wittgenstein on visual argumentation. *Cogency*, v. 2, n. 2, 2010. Disponível em: <http://cogency.udp.cl/index.php/cogency/article/view/234>.

PAVEAU, M. A. *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Campinas/SP: Pontes Editores, 2021.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press, 1969.

PLANTIN, C. *L'argumentation*. Paris: PUF, 2005.

POLLAROLI, C.; ROCCI, A. The argumentative relevance of pictorial and multimodal metaphor in advertising. *Journal of Argumentation in Context*, v. 4, n. 2, p. 158-199, 2015. doi <https://doi.org/10.1075/jaic.4.2.02pol>.

POPA, E. O. We Have Yet to See the "Visual Argument". *Multimodal Communication*, v. 5, n. 2, P. 79-92, 2016. DOI <https://doi.org/10.1515/mc-2016-0016>

RIGOTTI, E.; MORASSO, S. G. Comparing the Argumentum Model of Topics to Other Contemporary Approaches to Argument Schemes: The Procedural and Material Components. *Argumentation*, v. 24, n. 4, p. 489-512, 2010. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-010-9190-7>

ROCCI, A.; MAZZALI-LURATI, S.; POLLAROLI, C. Is This the Italy We like? Multimodal Argumentation in a Fiat Panda TV Commercial. In: PENNOCK-SPECK, B.; SAZ-RUBIO, M. del (org.) *The Multimodal Analysis of Television Commercials*. València, Spain: Publicacions de la Universitat de València, 2013, p. 157-187.

ROQUE, G. Visual Argumentation: A Further Reappraisal. In: EEMEREN, F. H. van; GARSSSEN, B. (org.) *Topical Themes in Argumentation Theory*. Amsterdam, Netherlands: Springer, 2012, p. 273-88.

ROQUE, G. Should Visual Arguments be Propositional in Order to be Arguments? *Argumentation*, v. 29, n. 2, p. 177-195, 2015. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9341-3>

SEIXAS, R. *Entre a retórica do impeachment e a do golpe: análise de lógicas argumentativas na doxa política brasileira*. Thesis (Doctorate in Linguistic Studies) – Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

SERAFIS, D.; GRECO, S.; POLLAROLI, C.; JERMINI-MARTINEZ SORIA, C.. Towards an integrated argumentative approach to multimodal critical discourse analysis: evidence from the portrayal of refugees and immigrants in Greek newspapers. *Critical Discourse Studies*, v. 17, n. 5, p. 545-565, 2020. DOI <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1701509>.

SPERBER, D.; WILSON, D. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd, 1995.

TOULMIN, S. *The uses of argument*. Updated ed. Cambridge, U.K. ; New York: Cambridge University Press, 2003.

TSERONIS, A. Multimodal argumentation: Beyond the verbal/visual divide. *Semiotica*, v. 2018, n. 220, p. 41-67, 2018. DOI <https://doi.org/10.1515/sem-2015-0144>.

TSERONIS, A. From visual rhetoric to multimodal argumentation: exploring the rhetorical and argumentative relevance of multimodal figures on the covers of The Economist. *Visual Communication*, v. 20, n. 3, p. 374-396, 2021. DOI <https://doi.org/10.1177/14703572211005498>.

TSERONIS, A; FORCEVILLE, C. (Orgs.). Introduction. Argumentation and Rhetoric in Visual and Multimodal Communication. In: TSERONIS, A; FORCEVILLE, C. (Orgs.). *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2017, p. 2-24.

VAN DIJK, T. A. *Ideologia y discurso*. Una introducción multidisciplinaria. Barcelona: Ariel, 2003.

VAN LEEUWEN, T. *Introducing Social Semiotics*. London, UK, and New York, NY: Routledge, 2005.

VAN POPPEL, Lotte. The Study of Metaphor in Argumentation Theory. *Argumentation*, v. 35, n. 1, p. 177-208, 2021. DOI <https://doi.org/10.1007/s10503-020-09523-1>.

VEREZA, S. Entrelaçando frames: a construção do sentido metafórico na linguagem em uso. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, v. 55, n. 1, p. 109-124, 2013. DOI: <https://doi.org/10.20396/cel.v55i1.8636598>.

WALTON, D. What is Reasoning? What Is an Argument? *The Journal of Philosophy*, v. 87, n. 8, p. 399-419, 1990. DOI <https://doi.org/10.2307/2026735>.

WALTON, D.; REED, C.; MACAGNO, F. *Argumentation Schemes*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

WHARTON, T. *Pragmatics and Non-Verbal Communication*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2009.

WU, T. Reasoning and Appraisal in Multimodal Argumentation: Analyzing Building a community of shared future for humankind. *Chinese Semiotic Studies*, v. 16, n. 3, p. 419-438, 2020. DOI <https://doi.org/10.1515/css-2020-0023>

YUS, F. Inferring from Comics: A Multi-Stage Account. *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació*, v. 3, p. 223-249, 2008.

ŽAGAR, I. Ž. Methodological Problems in Analysing Non-verbal Arguments: The Case of Visual Argumentation. In: SUKHOVA, N. V.; DUBROVSKAYA, T.; LOBINA, Y. A. (orgs.). *Multimodality, Digitalization and Cognition in Communication and Pedagogy*. Cham: Springer International Publishing, 2021, p. 49-69. DOI https://doi.org/10.1007/978-3-030-84071-6_4