

## **Patemização em charges sobre a vacina contra a COVID-19 no Brasil**

*Amanda Heiderich Marchon<sup>1</sup>  
Claudia Maria Sousa Antunes<sup>2</sup>*

**Resumo:** Este trabalho toma por objeto de análise as estratégias linguístico-discursivas e semióticas evidenciadas em charges que têm como tema posicionamentos referentes à crise sanitária provocada pela Covid-19 no Brasil. Procuramos desvelar alguns efeitos de sentido perceptíveis em charges provenientes do jornal Folha de São Paulo sobre os diversos posicionamentos a respeito da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. Para tanto, partimos dos pressupostos teóricos da Teoria Semiolinguística do Discurso, cujo um dos postulados defende que a argumentação pode ser engendrada por meio da mobilização das emoções (CHARAUDEAU 2007b; 2010). Utilizamos também alguns conceitos da Teoria Multimodal da Comunicação, no que se refere à produção de sentidos por diversos modos semióticos (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Observamos, pois, que existe a busca por um efeito patêmico, por meio de uma argumentação baseada em múltiplas semioses: o discurso chargístico constrói suas bases argumentativas de forma a mirar o enunciatário como alvo afetivo, no qual o interlocutor é instado muito mais a sentir do que a compreender.

**Palavras-chave:** Patemização. Charge. Análise do Discurso. Covid-19. Pandemia.

---

<sup>1</sup> MARCHON, A. H. professora adjunta do Departamento de Línguas e Letras, da Universidade Federal do Espírito Santo/UFES. Atualmente, desenvolve pesquisa de pós-doutoramento em Estudos da Linguagem, na Universidade Federal Fluminense/UFF. [amandahch.letas@gmail.com](mailto:amandahch.letas@gmail.com).

<sup>2</sup> ANTUNES, C. M. S. professora doutora do Programa de Pós-graduação em Ciências Aeroespaciais (PPGCA), da Universidade da Força Aérea/UNIFA. [claudia.sousa@yahoo.com.br](mailto:claudia.sousa@yahoo.com.br)

## Introdução

O ano de 2020 foi qualificado, quase exaustivamente, como atípico. A eclosão de uma pandemia alterou hábitos, práticas e, também, linguagens. Gestos de cumprimento foram alterados em vista da impossibilidade de nos tocarmos. Palavras como “distanciamento” e “aglomeração” passaram a fazer parte do vocabulário de muitos brasileiros. Como apontou Rajagopalan (2020), a ressignificação do sentido de termos acompanha a ressignificação da sociedade. Essa visão parte do argumento de que uma definição de linguagem que não leve em conta a sociedade estaria incompleta, visto que “a sociedade é constitutiva da linguagem” (RAJAGOPALAN, 2020; NOBLE, LAFIN, TEIXEIRA, 2020).

Nesse cenário, a mídia jornalística ocupa um lugar de destaque. E, como parte dessa mídia, as charges veiculam pontos de vista que podem ser indicativos de uma determinada visão de mundo. Dessa forma, o estudo das charges publicadas pelos jornais neste período tão conturbado de nossa história pode indicar caminhos para a compreensão das diversas nuances que afloram em épocas excepcionais.

Assim, este artigo tem por objetivo apresentar algumas estratégias linguístico-discursivas evidenciadas em charges do jornal Folha de São Paulo que têm como tema posicionamentos referentes à crise sanitária provocada pela Covid-19 no Brasil. Procura-se desvelar alguns efeitos de sentido perceptíveis em charges sobre os diversos posicionamentos a respeito da vacinação contra o vírus. A base teórica apoia-se, principalmente, nas contribuições de Charaudeau (2007b; 2010) e de Kress e van Leeuwen (2006).

Para isso, passaremos a discorrer sobre a relação entre argumentação e emoção e de como as charges podem ser inseridas nessa problemática. A seguir, apontaremos alguns aspectos da Teoria Semiolinguística que embasam este estudo, além de apresentar um olhar sobre a visada patêmica. Finalizamos com uma possibilidade de análise de algumas charges.

## Argumentação em múltiplas semioses

Inúmeras são as definições propostas para o fenômeno da *argumentação* por estudiosos da linguagem e de outras ciências ao longo da história. Apesar da diversidade de estudos, compreender a argumentação como a prática linguístico-discursiva que objetiva alterar o comportamento ou a crença do interlocutor está no cerne dessas definições. Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), por exemplo, relacionam a argumentação à conquista do auditório, à busca pela “adesão dos espíritos”.

O objetivo de toda argumentação, como dissemos, é provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam a seu assentimento: uma argumentação eficaz é a que consegue aumentar essa intensidade de adesão, de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará no momento oportuno. (PERELMAN; OBBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 50)

De acordo com a Teoria Semiolinguística do Discurso, criada pelo linguista francês Patrick Charaudeau (2019 [1992]) na década de 80, a linguagem emerge para satisfazer certas intenções vindas dos sujeitos em interação e para produzir efeitos por meio de seu uso. Exatamente por apreender a linguagem como algo indissociável de seu contexto sócio-histórico e por buscar revelar a maneira pela qual as formas da língua são organizadas para atender determinadas demandas que vêm de circunstâncias particulares em que se realiza o discurso, acreditamos que essa vertente da Análise do Discurso seja adequada para servir de base para se entender os mecanismos sob os quais funcionam textos multimodais, como as charges, objetivo deste artigo.

Segundo Charaudeau (2009, p. 205), há algumas condições para que a *argumentação* exista: (i) uma proposta sobre o mundo que provoque em alguém um questionamento quanto à sua legitimidade; (ii) um sujeito que se engaje em relação a esse questionamento para estabelecer uma verdade (tese) sobre essa proposta; (iii) um outro sujeito que, relacionado à mesma proposta, questionamento essa verdade, seja o alvo da argumentação. Argumentar, portanto, é uma atividade dupla que depende tanto daquele que argumenta quanto daquele que recebe essa argumentação.

Tal como a compreendo, a argumentação considera o interlocutor não como um objeto a manipular, mas como um alter ego que se quer levar a fazer partilhar sua visão. Agir sobre ele é procurar modificar as diversas representações que lhe atribuímos, evidenciando certos aspectos das coisas, ocultando outros, propondo novidades, tudo isso com a ajuda de uma esquematização apropriada. (GRIZE, 1990, p. 40 apud CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 52))

Para Charaudeau (2009), o *modo argumentativo de organização do discurso* obedece a uma lógica segundo a qual existe uma relação de *causalidade* entre duas proposições, relação esta instanciada ou não na superfície textual por meio de diferentes marcas formais. Charaudeau (2009, p. 203), ressalta que “a argumentação não se limita a uma sequência de frase ou proposições ligadas por conectores lógicos”, uma vez que “o aspecto argumentativo de um discurso se encontra frequentemente no que está implícito”. Nesse viés, conforme apontado por Silva e Marchon (2020), índices imagéticos também atuam na construção da argumentação e podem, portanto, ser compreendidos como um tipo dessa marca formal a que o linguista francês faz menção – os estudiosos designam de *argumentação multimodal* o processo em que diferentes semioses são empregadas com finalidade argumentativa.

A charge de Bennett a seguir (1), publicada no jornal *Folha de São Paulo*, ilustra claramente a relação de causalidade característica do modo argumentativo, bem como o fenômeno de argumentação multimodal sobre os quais nos referimos no parágrafo anterior. Já com vacinas contra o novo coronavírus aprovadas e com diversos países em processo de vacinação, discursos negacionistas que descredibilizam a ciência encontram eco no Brasil, país que, até o momento de publicação da charge, ainda não havia iniciado a imunização da população:

(1)



Fonte: Jornal Folha de São Paulo, ano 100, n. 33.524, 14 de jan. de 2021, Primeiro Caderno, p. A2.

Nesse cenário, portanto, o enunciador defende a tese de que a descrença de parcelas da população é responsável pela propagação da pandemia no país, conclusão a que só é possível chegar se forem considerados diversos índices de interpretação, como o conhecimento do momento histórico representado pela charge, bem como o material verbal, as imagens e os implícitos evocados. Não se trata aqui da busca de uma verdade, mas do verossímil – não basta ao sujeito enunciador produzir um discurso verdadeiro, mas é necessário que o discurso produza um *efeito de verdade*, fazendo com que o interlocutor interprete e acredite nas ideias e nos fatos expostos na atividade discursiva (CHARAUDEAU, 2007b).

Nessa mesma orientação, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), para que o objetivo da argumentação – a conquista ou o fortalecimento da adesão do auditório – seja alcançado, é necessário que o orador adapte seu discurso à audiência. Perelman e Olbrechts-Tyteca afirmam que existe uma variedade infinita de auditórios, e o esforço na distinção entre os termos persuadir e convencer, próprio da racionalidade ocidental, separa o convencimento para o intelecto e a persuasão para o campo das paixões. Mas, segundo os filósofos, há um matiz impreciso entre convencimento e persuasão.

Para esses autores, importa a distinção entre convencer e persuadir baseada na relação com o auditório a que se dirige. Nesse aspecto, o convencimento busca a adesão de todo ser racional, e a persuasão vale para um auditório particular. A natureza do auditório irá determinar o caráter e o aspecto das argumentações; e o objetivo das argumentações é criar uma disposição para a ação. Outros autores (como REBOUL, 2004) defendem que a persuasão retórica consiste em “levar a crer”, mas não necessariamente em “levar a fazer”.

Amossy (2016), salienta que a argumentação é inerente a todo e qualquer discurso. Para a autora, há textos dotados de visada argumentativa que se organizam por sequências argumentativas claramente identificáveis, tal qual definida por Adam (2019); e textos que, apesar de não serem composicionalmente argumentativos, apresentam uma *dimensão argumentativa*, isto é, uma tentativa de agir sobre o outro.

A noção de argumentação aqui recebe uma extensão máxima na medida em que abrange tanto os gêneros do discurso que explicitamente defendem ou refutam uma tese, quanto aqueles que se contentam em orientar os modos de ver e de pensar. Toda fala tende a fazer compartilhar um ponto de vista, uma forma de reagir a uma situação ou de sentir um estado de fato. Os esquemas de raciocínio são, neste caso, mais ou menos elaborados e mais ou menos visíveis. Muitas vezes, a orientação dada ao discurso aparece nos traços da linguagem (modalidades, formas axiológicas, conectores, etc.) sem que emerja, para tanto, um argumento formal. Às vezes, este argumento enuncia-se apenas sob uma forma elíptica e necessita do recurso ao interdiscurso para poder ser reconstruído. (AMOSSY, 2016, p. 174)

Neste artigo, portanto, defendemos que o gênero discursivo<sup>3</sup> charge figura no rol dos gêneros argumentativos, tendo em vista que é marcado por um evidente caráter persuasivo. Embora, dadas as particularidades de sua composição multissemiótica, a charge não apresente as sequências argumentativas a que Amossy (2016) faz menção, a intencionalidade argumentativa é evidenciada pela junção das diferentes semioses. Sobre essa relação, Kress e van Leeuwen (2006) explicam que os elementos de diferentes semioses que compõem o texto não são vistos como partes desconectadas, sendo o sentido construído com a soma das partes.

---

<sup>3</sup> Desde Bakhtin (2003 [1979], p. 279), compreende-se que os gêneros discursivos são “tipos relativamente estáveis de enunciados”, elaborados pelas condições específicas e pelas finalidades de cada campo da atividade humana. Podemos entender que os gêneros apresentam determinadas finalidades sociorretóricas, chegando ao ponto de Marcuschi (2008) defender que o domínio de um gênero acarreta o domínio de uma prática social.

Mais do que isso, os sentidos emergem justamente da relação construída entre as diferentes modalidades ou semioses, tornando o texto um todo integrado.

A charge, normalmente, provém de um evento deflagrador, tratado por outros gêneros (notícia, reportagem, artigo opinativo), revisto figurativa e criticamente. Cardoso (2018, p. 80) destaca que esse gênero “segue uma ética ‘negativa’, que desnuda as ações do sujeito” que retrata, além de organizar sua linguagem de forma a tomar partido e ser uma crítica, “despertando a agressividade do leitor e proporcionando uma catarse individual e coletiva” (op. cit., p. 81). Nesse sentido, podemos dizer que a mobilização das emoções é uma importante estratégia argumentativa engendrada pelo enunciador para persuadir o interlocutor.

### **Argumentação pela emoção**

Para Aristóteles (2005), as provas de persuasão fornecidas pelo discurso são de três espécies: (i) as provas baseadas no *ethos* estão relacionadas com a imagem de si que o enunciador projeta em seu discurso; (ii) as provas com base no *pathos* estão centralizadas na emoção que o enunciador, por meio do discurso, quer suscitar no outro; (iii) as provas relacionadas ao *logos* têm relação com a manifestação da razão no discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar.

O foco deste artigo está direcionado para as estratégias patêmicas utilizadas pelo enunciador. Na prova pelo *pathos*, o orador seleciona as estratégias adequadas para provocar, em seu auditório, as emoções (paixões) que levarão seu público a mudar de atitude e de comportamento. É preciso perceber o que move o auditório, o que lhe é sensível. Segundo Aristóteles, “persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio.” (ARISTÓTELES, 2005, §1356a). Em sua Teoria de Argumentação no Discurso, Amossy (2018) afirma que a escolha por mobilizar um ou outro tipo de prova retórica é modelada pelo próprio gênero do discurso.

Partimos, portanto, do pressuposto de que a construção argumentativa do discurso chargístico se pauta, entre outras estratégias, na mobilização das emoções. Amossy (2018, p. 207) destaca duas formas de se suscitar emoções em um discurso: (i) a emoção é descrita de forma explícita por meio do emprego de um vocábulo que pode ser entendido como sinônimo da emoção à qual se refere; (ii) a emoção é despertada de forma implícita, por meio da criação de uma cena discursiva.

Essa mobilização pode ser exemplificada pela manchete de matéria publicada no *site* de notícias G1, no dia 18 de janeiro de 2021. Observamos que o emprego da palavra *esperança*, por si só, já descreve a emoção na manchete: “‘Sentimento de *esperança* para que a pandemia acabe logo’, diz enfermeira que aplicou primeiras doses da vacina contra Covid-19”. Em outro exemplo, como a manchete de matéria do jornal Folha de São Paulo da edição do dia 17 de janeiro de 2021, não há menção direta a uma emoção. Mesmo assim, a cena criada pode suscitar a *esperança* e a *alegria* no leitor: “Minutos após aval da Anvisa, enfermeira de SP recebe a primeira vacina contra a Covid no Brasil”. Notamos que o enunciador dispõe da possibilidade estratégica de despertar uma emoção. Essa possibilidade é também apontada por Charaudeau (2010):

A análise do discurso não pode se interessar pela emoção como realidade manifesta, vivenciada por um sujeito. Ela não possui os meios metodológicos. Em contrapartida, ela pode tentar estudar o processo discursivo pelo qual a emoção pode ser estabelecida, ou seja, tratá-la como um *efeito visado* (ou *suposto*), sem nunca ter a garantia sobre o *efeito produzido* (CHARAUDEAU, 2010, p. 34).

O posicionamento de Charaudeau (2010, p. 37) quanto aos traços do patêmico no discurso é coincidente com o de Amossy (2018): “o efeito patêmico pode ser obtido tanto por um discurso explícito e direto, na medida em que as próprias palavras têm uma tonalidade patêmica, quanto implícito e indireto, na medida em que as palavras parecem neutras deste ponto de vista”. Todavia, o estudioso elenca alguns problemas quanto a esse critério analítico e ressalta que “a orientação argumentativa (diremos, aqui, patêmica) de uma palavra pode mudar, ou até mesmo se inverter, segundo seu contexto e, acrescentarei, sua situação de emprego.” (CHARAUDEAU, 2010, p. 38).



Para ilustrar essa colocação, tomemos a palavra *morte*: embora esse vocábulo não descreva uma emoção, é forte candidata ao seu desencadeamento. Todavia, o universo patêmico não será o mesmo, quando tratamos da *morte de um brasileiro vítima da Covid-19*, o que causa tristeza, ou da *morte do próprio novo coronavírus*, que, agora, terá sua propagação combatida com auxílio de imunizantes aplicados à população, o que desencadeia alegria. Outro exemplo pode ser dado com as palavras *positivo* e *negativo*. Dependendo da situação, a palavra *positivo*, que, a princípio, teria uma natureza favorável, pode assumir caráter desfavorável, como em “Meu irmão testou positivo para o coronavírus”.

Concluindo sua explanação sobre como a língua produz emoção, Charaudeau (2010, p. 55) afirma que, como os signos são consumidos por meio dos dispositivos de comunicação, esses “dispositivos atribuem um lugar aos parceiros da troca e dão ao mesmo tempo ao receptor uma grade de leitura do signo [...]. O contrato de comunicação é a primeira sobredeterminação do sentido do discurso”.

Ainda sobre os pressupostos da Semiologia, Patrick Charaudeau (2007a) assume, em sua teoria, que a linguagem é multidimensional: uma *dimensão cognitiva* relacionada à estruturação do mundo a partir de operações semântico-cognitivas; uma *dimensão social e psicossocial* relacionada ao valor de troca dos signos e ao valor da influência dos fatos da linguagem; e uma *dimensão semiótica* relacionada à construção do sentido e à construção das formas. Por isso, como explica o próprio estudioso, as investigações apoiadas nos pressupostos teórico-metodológicos da Semiologia, teoria a que se filia este artigo, tratam “do fenômeno da construção psico-socio-lingueira do sentido, a qual se realiza através da intervenção de um sujeito, sendo ele próprio, psico-socio-lingueiro.” (CHARAUDEAU, 2007a, p.12).

Para tratar daquilo que torna legítima a construção dos sentidos durante as interações humanas, Charaudeau (2009) defende que a realização de todo ato de comunicação é regida por um conjunto de condições, a que ele denominou *contrato comunicativo*. Essas condições apresentam restrições que são estabelecidas pelas condições de produção e de recepção do ato

de linguagem. Ato este que envolve, ainda, a credibilidade do falante, o seu projeto de fala, as restrições linguísticas e as estratégias de captação do outro.

Balizado pelo contrato de comunicação, o enunciador lança mão de estratégias diversas de captação do outro, inclusive se valendo da mobilização de emoções, estratégia denominada *patemização* (CHARAUDEAU, 2010) e sobre a qual nos debruçamos neste trabalho. Para que a patemização se instaure, Charaudeau (2010) aponta três condições cruciais: (i) a primeira condição diz respeito ao dispositivo comunicativo, que se relaciona à finalidade da situação de comunicação, bem como às identidades dos protagonistas; (ii) a segunda condição diz respeito ao campo temático sobre o qual o dispositivo comunicativo se baseia – temas aptos a favorecer os efeitos patemizantes são, por exemplo, a morte, a violência e as tragédias, como a pandemia por Covid-19, que foi responsável por inúmeras mortes em 2020; (iii) a terceira condição está ligada à visada patemizante, ou seja, o enunciador deve *fazer-crer* para *fazer-sentir*. Essa última condição está intimamente relacionada à natureza do contrato de comunicação midiático, que se acha numa tensão entre duas visadas, a do *fazer saber* e a do *fazer sentir* (CHARAUDEAU, 2007b, p. 86).

De acordo com Charaudeau (2007b), na esfera midiática, levando em conta o público destinatário dos textos, os leitores podem ser abordados de duas maneiras: como *alvo intelectual* ou como *alvo afetivo*.

O alvo intelectual é considerado capaz de avaliar seu interesse com relação àquilo que lhe é proposto, à credibilidade que confere ao organismo que informa, a sua própria aptidão para compreender a notícia, isto é, ter acesso a ela. Um alvo intelectual é um alvo ao qual se atribui a capacidade de pensar.

[...]

Um alvo afetivo é, diferentemente do precedente, aquele que se acredita não avaliar nada de maneira racional, mas sim de modo inconsciente através de reações de ordem emocional. Assim sendo, a instância midiática constrói hipóteses sobre o que é o mais apropriado para tocar a afetividade do sujeito alvo (CHARAUDEAU, 2007b, p.80-81).

Como ressaltamos anteriormente ao citarmos Amossy (2018), a escolha por mobilizar um ou outro tipo de prova retórica é modelada pelo próprio gênero do discurso. Tendo em vista, portanto, que a charge é um gênero discursivo midiático que comenta, justifica e julga

os fatos que veicula, visando ao convencimento do leitor, procuraremos mostrar como o chargista mira os leitores como alvos afetivos. Dito de outro modo, este trabalho tem como objetivo analisar as estratégias linguístico-discursivas usadas pelo chargista a fim de atuar sobre o leitor, despertando-lhe emoções com potencial para persuadi-lo. De acordo com Charaudeau (2007b, p. 176), o comentário argumentativo das mídias

procura revelar o que não se vê, o que é latente e constitui o motor (causas, motivos e intenções) do processo evenemencial do mundo. Problematiza os acontecimentos, constrói hipóteses, desenvolve teses, traz provas, impõe conclusões. (CHARAUDEAU 2007b, p. 176)

Para se empreender uma análise discursiva de charges, não se pode, obviamente, dissociar o material linguístico do imagético. Além disso, por se tratar de um gênero marcadamente temporal e circunstancial, exige, do analista, a consideração do contexto sócio-histórico – aliás, exigência de toda e qualquer análise que se pretenda discursiva.

Nessa perspectiva, a Semiolinguística trabalha com a concepção de que o sentido não é dado *a priori*, ele é construído durante a interação verbal pelos falantes por meio de um processo de semiotização do mundo. Esse processo pode ser renegociado a todo instante pelos parceiros da interação, o que nos leva a afirmar que o efeito de sentido de um discurso está a serviço das intenções dos sujeitos envolvidos na troca languageira. Sujeitos estes que lidam com as pistas fornecidas por um e outro para que se chegue à interpretação (e produção) dos enunciados.

A finalidade do ato de linguagem (tanto para o sujeito enunciador quanto para o sujeito interpretante) não deve ser buscada apenas em sua configuração verbal, mas, no jogo que um dado sujeito vai estabelecer entre esta e seu sentido implícito. Tal jogo depende da relação dos protagonistas entre si e da relação dos mesmos com as circunstâncias de discurso que os reúnem. (CHARAUDEAU, 2009, p. 24)

Essa visão da linguagem como relação de troca permite que se observem os efeitos patêmicos como parte daquilo que constrói sentidos no discurso. De modo a definir melhor o que seriam os “efeitos patêmicos do discurso”, em uma perspectiva discursiva, Charaudeau

aponta para três aspectos que ele julga essenciais: “as emoções são de ordem *intencional*, estão ligadas a *saberes de crença* e se inscrevem em uma problemática da *representação* psicossocial” (CHARAUDEAU, 2010, p. 2). Procuraremos desvelar esses efeitos patêmicos nas charges apresentadas na próxima seção.

### **Patemização em charges sobre a vacina**

De acordo com Charaudeau (2010), a patemização é uma categoria de efeito, sendo, pois, o *pathos* o efeito produzido no jogo discursivo. Para exemplificarmos algumas das estratégias discursivas passíveis de serem utilizadas pelo enunciador, passaremos à análise de algumas charges, provenientes do jornal Folha de São Paulo, concernentes à epidemia de Covid-19 no Brasil. O *corpus* selecionado para este artigo foi produzido pelos chargistas Mor, Benett e Jean Galvão. Nossa proposta de análise, além de se pautar nos princípios da Teoria Semiolinguística do Discurso no que tange à mobilização das emoções, buscará respaldo também em alguns ensinamentos de Kress e van Leeuwen (2006), no que concerne à sintaxe da imagem<sup>4</sup>.

Como pontuam Kress e van Leeuwen (2006), à similitude da gramática verbal, que descreve a formação das palavras, bem como a combinação dessas em orações, complexos oracionais e textos, a gramática visual descreverá a maneira como os elementos representados se combinam em declarações visuais e as regularidades das estruturas de composição, e também de que modo são utilizadas na produção de significados (SANTOS, 2020, p. 96).

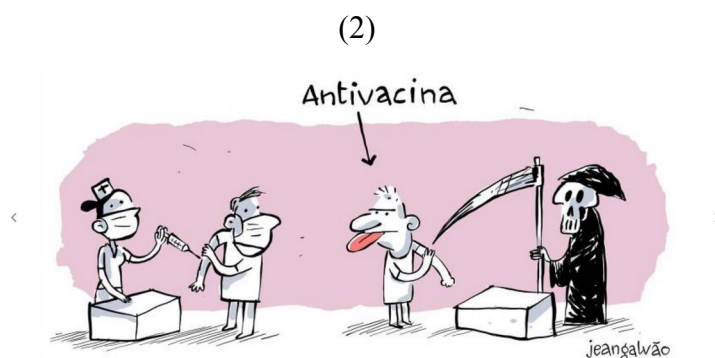
Para os autores da Gramática do Design Visual, na construção espacial da dimensão visual, a posição que um elemento ocupa na imagem é determinante na maneira como ele se relaciona com os outros componentes imagéticos. Essa característica lhe confere valores

---

<sup>4</sup> Devido ao limite de espaço deste artigo, apresentaremos os postulados teóricos de Kress e van Leeuwen (2006) juntamente com nossas propostas de análise das charges.

específicos na construção de sentido do texto visual ou do texto constituído por material verbal e não verbal.

Seguindo esse direcionamento, podemos dizer que a charge de Jean Galvão a seguir (2) coloca em evidência, no centro do espaço narrativo, um indivíduo descrito verbalmente por meio da palavra “antivacina”.



Fonte: Jornal Folha de São Paulo, ano 100, n. 33.443, 25 de out. de 2020, Primeiro Caderno, p. A2.

Em alguns textos, a relação que se estabelece entre os materiais verbal e imagético é de *substituição*, tendo em vista que os arranjos das duas linguagens são equivalentes em termos de informatividade. Esse aspecto é semelhante ao que Barthes (1990 *apud* SILVA; MARCHON, 2020) chamou de relação de ancoragem entre palavra e imagem, ao explicar a função das legendas nas fotos jornalísticas: a linguagem verbal teria um objetivo elucidativo, funcionando como uma substituição do icônico, o que também se observa nesta charge.

Além da indicação verbal, a cor vermelha da língua desse homem corrobora a saliência que o distingue dos demais personagens humanos retratados apenas pelas cores preta e branca. Esse destaque, aliás, ridiculariza o rapaz e faz transparecer o posicionamento do chargista: o ímpeto do personagem de se mostrar debochado ao colocar a língua para fora é julgado, pelo enunciador, como um ato tolo. O fato, também, de o personagem estar sem máscara reforça um comportamento tido como negacionista e “antivacina”. É exatamente sobre a tolice representada por essa pessoa que recai a crítica do enunciador, oposto ao “movimento antivacina”. Esclarecemos que esse movimento se propagou no Brasil, no

segundo semestre de 2020, especialmente sob a alegação de que a procedência chinesa da vacina desenvolvida no Instituto Butantan desqualificaria o imunizante<sup>5</sup>. Podemos apontar, também, questões políticas envolvendo figuras públicas no âmbito federal e estadual como origem dessa polêmica, embora nem todos os cidadãos pró ou contra vacina possam ter consciência do fato.

Os posicionamentos antagônicos relativos à vacinação contra a Covid no Brasil vão se delineando por meio de outros índices imagéticos. A disposição dos personagens no cenário já mostra essa dualidade: do lado esquerdo, aqueles que se mostram favoráveis à vacinação; do lado direito, aqueles que se mostram contrários a esse processo. Metonimicamente, vida e morte são, respectivamente, representadas pela enfermeira e pela caveira; pela seringa e pela foice; pelas cor branca e pela cor preta das vestimentas. Esse jogo discursivo leva o leitor da charge a compactuar com o julgamento do chargista sobre a atitude do personagem central, o que faz com que sentimentos negativos, como raiva, tristeza, indignação ou mesmo medo sejam despertados.

Segundo Charaudeau (2010), há palavras que são “boas candidatas” para desencadear emoções, como ressaltamos anteriormente. Figuras (e palavras) como a da morte teriam esse poder mobilizador, que despertariam emoções como medo ou tristeza no enunciatário, estratégia argumentativa engendrada para defender a tese de que vacinas salvam vidas. Entretanto, essa mobilização depende não só do poder patemizante das imagens e dos vocábulos, mas do conjunto de saberes que o interlocutor carrega consigo. Como alerta Charaudeau (2010), o efeito emocional desencadeado depende do conhecimento e do sistema de crenças de cada sujeito. Dito de outra forma, o conhecimento de mundo, os valores, as experiências e as informações recebidas pelo indivíduo determinam o efeito patêmico alcançado pelo discurso.

---

<sup>5</sup> O Instituto Butantan é um importante centro público de pesquisa biológica, localizado no estado de São Paulo. Pelo reconhecido trabalho em saúde pública, o instituto é considerado um dos principais centros científicos do mundo.

Se, na charge anterior (2), o personagem focalizado não temia o novo coronavírus, na charge seguinte (3), de Claudio Mor, o pânico é o que define o cidadão encurralado no alto do poste de identificação de rua:

(3)



e Claudio Mor publicada na Folha Claudio Mor

Fonte: Jornal Folha de São Paulo, ano 100, n. 33.525, 15 de jan. de 2021, Primeiro Caderno, p. A2.

Na charge em análise, observamos que a imagem agrega sentidos que faltariam aos enunciados linguísticos e vice-versa – esta relação entre palavra e imagem foi chamada por Barthes (1990 *apud* SILVA; MARCHON, 2020) de *relais*; Santaella (2012) denomina de *relação semântica por complementariedade*, ressaltando que imagem e palavras têm a mesma importância na construção do sentido, sendo, pois, indissociáveis.

Para o entendimento dessa charge, é preciso mobilizar, além dos conhecimentos relativos à representação gráfica utilizada para o vírus da Covid-19 (uma esfera verde com espículas), a informação do que a palavra ANVISA significa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária – órgão governamental responsável pela aprovação das vacinas em estudo contra o novo coronavírus). A partir desse contexto, agregando os vários elementos que compõem a visada patêmica, percebemos a estratégia de captar a atenção do enunciatário para a situação de calamidade epidêmica em que se encontra a sociedade brasileira. Portanto, para a produção de efeitos intencionais, é necessário que os parceiros do ato comunicativo partilhem certos conhecimentos da situação de comunicação.

***Gláuks: Revista de Letras e Artes – jan/jun. 2021 – Vol. 21, Nº 1***

No que se refere à disposição dos elementos na charge, para efeitos de análise, propomos traçar uma linha imaginária horizontal que dividiria o quadro em duas partes: na parte superior, teríamos a representação de pavor do homem e da urgência de a ANVISA aprovar as vacinas disponíveis para controle da pandemia; na parte inferior, teríamos um mar de vírus que ocuparia todos os espaços. De acordo com Kress e van Leeuwen (2006), elementos localizados na parte superior da imagem são classificados como *ideais*, representam a parcela mais ideológica da informação veiculada; em contrapartida, elementos localizados na parte inferior da imagem são classificados como *reais*, uma materialização da concretude da informação veiculada. Dito isso, o jogo argumentativo engendrado pelo enunciador, na charge em estudo, traduz a urgência de o Brasil ter uma vacina aprovada (a idealização) em face da propagação desenfreada da pandemia (a realidade).

O *pathos*, portanto, é explicitamente mobilizado pela palavra *socorro*, que nomeia a rua, e pelo semblante de pavor do indivíduo retratado. A cena construída representa o desespero imposto pela pandemia e a urgência em se combater esse vírus. Acreditamos que, além das emoções que marcam o personagem central da charge poderem ser despertadas no leitor, a construção argumentativa deste discurso busca acionar a indignação do enunciatário, visto que a vida dos brasileiros corre perigo devido à morosidade no que se refere à aprovação da vacina.

Mesmo diante da gravidade da situação, as ações do governo brasileiro são consideradas atrasadas em relação à urgência de se propor um plano nacional de vacinação, diferentemente do observado em diversos outros países do globo. É exatamente contra essa lentidão que o enunciador da charge a seguir (4) constrói sua argumentação:



(4)



Charge de Jean Galvão publicada na Folha neste domingo (27) Jean Galvão/

Fonte: Jornal Folha de São Paulo, ano 100, n. 33.506, 27 de dez. de 2020, Primeiro Caderno, p. A2.

Nesta charge (4), notamos que o conteúdo visual é mais ressaltante do que o conteúdo verbal. Na verdade, este só aparece para localizar o evento que está sendo discutido: a palavra Brasil inscrita na seringa. Como já apontamos anteriormente, é necessário acessar outros conhecimentos para que se possa fazer a leitura da charge. O enunciador pressupõe, no enunciatário, alguns conhecimentos a respeito do *status* da vacinação contra a Covid-19 no Brasil, como a demora na liberação dos lotes de vacina e o fato de que países vizinhos iniciaram a vacinação antes do Brasil. O acesso a outros conhecimentos também é necessário para o entendimento da charge. Entre eles, podemos citar o fato de que a vacina deve ser aplicada com seringas (e não em forma de gotas, como a da poliomielite), de que existe o temor de uma demora na produção de seringas e agulhas, de que a concha colocada sobre a vacina remete a um caramujo e que esse animal se desloca vagarosamente. Com isso, podemos inferir que o enunciador manifesta uma crítica à lentidão do andamento do plano de vacinação contra a Covid-19 no país, o que pode suscitar, no leitor, o medo da morte e a indignação contra o governo.

Uma vez mais, ressaltamos que, como o aparato teórico-metodológico da Análise do Discurso não se propõe a analisar as emoções, de fato, despertadas no leitor, tratamos, neste artigo, essas emoções como efeitos visados pelo enunciador na sua empreitada discursiva.

## Considerações Finais

Finda a primeira quinzena de janeiro de 2021. Um ano de enfrentamento à pandemia de Covid-19. Dois milhões de mortes no mundo. Na semana em que o planeta atinge uma marca inimaginável de óbitos provocados pelo novo coronavírus, o Brasil é palco de discussões políticas que atrapalham tanto a produção de vacinas quanto, conseqüentemente, o desenvolvimento do plano nacional de vacinação – discussões essas, vale dizer, que ocupam as páginas dos jornais e das redes sociais há cerca de três meses.

Apoiados nos pressupostos da Teoria Semiinguística do Discurso (CHARAUDEAU 2007b; 2010) e da Teoria Multimodal da Comunicação (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), procuramos apontar alguns recursos linguístico-discursivos e semióticos utilizados em charges sobre a querela da vacinação no país, publicadas no jornal Folha de São Paulo no período de outubro de 2020 a janeiro de 2021. O estudo focalizou os índices de mobilização das emoções utilizados pelos enunciadores para cooptar os enunciatários, sejam esses recursos materializados por meio de material verbal e/ou imagético.

A análise das quatro charges apresentadas neste artigo aponta para uma possível direção de que o atraso no processo de imunização do povo brasileiro passa por questões ligadas aos campos político e ideológico, talvez até mais do que, efetivamente, ao campo científico. Num tempo recorde de menos de um ano após o primeiro caso de contaminação pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2), registrado na China, a comunidade científica mundial conseguiu desenvolver e registrar diversos imunizantes. Diante desse panorama, as charges tocam em duas questões polêmicas: o negacionismo à ciência e a morosidade das ações do governo federal brasileiro.

Marcado pela patemização, que consiste na possibilidade apresentada por determinados enunciados de despertar emoções no interlocutor, o discurso chargístico, por meio de palavras e imagens que remetem direta ou indiretamente a mortes e enfermidades, constrói suas bases argumentativas de forma a mirar o enunciatário como alvo afetivo. Dito de outra forma, na visada patemizante, o interlocutor é instado muito mais a sentir do que a

compreender. Levado, pois, a experienciar sentimentos negativos quanto à alta mortalidade provocada pela Covid-19, o leitor poderá ser, possivelmente, convencido de que deve, além de encarar a vacinação como uma questão de saúde pública, questionar a morosidade para o início da imunização no país.

### **Patemization in cartoons about the vaccine against Covid-19 in Brazil**

**Abstract:** This paper analyzes as linguistic-discursive strategies evidenced in charges that have as their subject positions regarding the health crisis caused by Covid-19 in Brazil. The aims are to reveal some noticeable sense effects in cartoons about the different positions regarding vaccination against the virus. We start from the theoretical assumptions of the Semiolinguistic Theory of Discourse, whose one of the postulates defends that the argument can be generated through the mobilization of emotions (CHARAUDEAU 2007b; 2010). We also used some concepts from the Multimodal Theory of Communication, with regard to the meanings found in different semiotic modes (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). We propose an analysis of the index of patemization present in some charge of the Folha de São Paulo newspaper, published during a pandemic. It is observed that there is a search for a pathemic effect, through an argument based on multiple semioses. The chargistic discourse builds its argumentative bases in order to aim the enunciatee as an affective target, in which the interlocutor is urged much more to feel than to understand.

**Keywords:** Patemization. Cartoon. Discourse Analysis. Covid-19. Pandemic

### **Referências Bibliográficas**

- ADAM, JEAN-MICHEL. **Textos: tipos e protótipos**. São Paulo: Contexto, 2019.
- AGOSTINHO, ALCIONE TORRES. **A charge**. São Paulo: ECA/USP, 1993.

AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2011.

AMOSSY, RUTH. **É possível integrar a argumentação na análise do discurso? Problemas e desafios**. Trad. Rosalice Pinto, Mariza Angélica Paiva Brito e Meire Virgínia Cabral Gondim. *ReVEL*, edição especial, vol. 14, n. 12, p. 165-190, 2016.

AMOSSY, RUTH. **A argumentação no discurso**. São Paulo: Contexto, 2018.

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Tradução: A. P. de Carvalho 17. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

BAKHTIN, MIKHAIL. **Estética da Criação Verbal**. 4ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003 [1979].

BARTHES, ROLAND. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Tradução de Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CARDOSO, EVELINE COELHO. **A escola no túnel do tempo: imaginários sociodiscursivos e efeitos de sentido em charges contemporâneas sobre a educação de ontem e de hoje**. 2018. 380 f. Doutorado (Tese) – Universidade Federal Fluminense, Niterói.

CHARAUDEAU, PATRICK. **Uma análise semiolinguística do texto e do discurso**. In: PAULIUKONIS, M. A. L; GAVAZZI, S. *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007a.

CHARAUDEAU, PATRICK. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007b.

CHARAUDEAU, PATRICK. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Trad. Coordenação de Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, PATRICK. **Um modelo sócio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização**. In: STAFUZZA, Grenissa; PAULA, Luciane de (org.). *Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil*. Uberlândia: EDUFU, 2010.

CHARAUDEAU, PATRICK; MAINGUENEAU, DOMINIQUE. **Dicionário de Análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, PATRICK. **A patemização na televisão como estratégia de autenticidade**. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (orgs.). *As emoções no discurso*. v. II. Campinas: Mercado das Letras, 2010.

CHARAUDEAU, PATRICK. **Grammaire du sens et de l'expression**. Édition fac-similé de l'édition Hachette, Paris, 1992, revue, corrigée, avec une nouvelle préface de l'auteur. Paris: Éditions Lambert-Lucas, 2019.

KRESS, GUNTHER; VAN LEEUWEN, THEO. **Reading images: the grammar of visual design**. New York: Routledge, 2006

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

NOBLE, DEBBIE MELLO; LAFIN, GABRIELLE CARVALHO; TEIXEIRA, MARIANA TEIXEIRA. **Linguagem e sociedade em tempos de isolamento**. Revista da *ABRALIN*, v. 19, n. 2, p. 1-5, 27 jun. 2020.

PERELMAN, CHAIM E OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. 2ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RAJAGOPALAN, KANAVILLIL. **Linguagem e sociedade em tempos de isolamento. Vídeo Abralin em cena**. Exibição em 06.05.2020, 12h00.

ROSADO, LEONARDO COELHO CORRÊA. **Sorrir ou chorar? A patemização na telenovela brasileira, um estudo de O Astro**. 2013. 274 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e Estudos Literários) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG.

SANTAELLA, LÚCIA. **Leitura de imagens**. Coleção Como eu ensino. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2012.

SANTOS, WILQUER QUADROS DOS. **A gramática das construções mêmicas de internet no português do Brasil: uma interface da gramática sistêmico-funcional e da gramática do design visual**. 2020. 186 f. Doutorado (Tese) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.

SILVA, WELTON PEREIRA E; MARCHON, AMANDA HEIDERICH. **Argumentação multimodal: entre imagens e imagens discursivas**. In: 1º CONGRESSO INTERNACIONAL DO PPGLEV, 1, 2020, Rio de Janeiro. Comunicação oral. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Letras, 2020.