

# **O INFOGRÁFICO COMO UMA ESTRATÉGIA DISCURSIVO-ARGUMENTATIVA EM TEXTOS MOTIVADORES DA REDAÇÃO DO ENEM**

Francisco Marques Sampaio

## **RESUMO**

Este artigo propõe analisar a configuração pluricódica dos infográficos utilizados na elaboração das Provas de Redação do Exame Nacional do Ensino Médio – o Enem – referentes às edições de 2012 a 2018. Como aporte teórico, recorreremos à Semiolinguística, de Charaudeau (2012), articulada às noções de gênero/texto discutidos por Bakhtin (2016) e Marcuschi (2008). A argumentação, nessa perspectiva teórica, é vista a partir da ação de influência entre os sujeitos, já que o produtor do texto age sob um “fazer-pensar” por meio de uma proposta sobre um mundo e de um questionamento de convicção e raciocínio para se estabelecer a verdade (CHARAUDEAU, 2014). Pelas nossas análises, os resultados apontam que os infográficos, ao se comportarem como textos motivadores, possuem funções discursivas (re)construindo sentidos por parte do sujeito interpretante, acionando esquemas cognitivos que vão colaborar na produção escrita do gênero Redação do Enem.

**Palavras-Chave:** Argumentação; Infográfico; Redação do ENEM.

## **1 INTRODUÇÃO** (tema, relevância, justificativa, problemática e objetivos)

No Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM, sobretudo na Prova de Redação, exigem-se dos candidatos habilidades de leitura e interpretação dos textos motivadores com o intuito de compreender a proposta temática e, por conseguinte, desenvolver a produção do texto dissertativo-argumentativo.

Como o processo de escrita, para nós, ainda se constitui uma atividade desafiadora, é necessário que as escolas se adequem coerentemente com o gênero discursivo exigido no Enem, já que a tipologia textual adere aos aspectos textual-discursivos avaliados e relacionados às “competências básicas” desenvolvidas pelos alunos. Sabemos, porém, que os textos motivadores são selecionados de forma a atender à Competência 3: relacionar, organizar e interpretar informações, fatos, opiniões e argumentos em defesa de um ponto de vista. Para

melhorar essas competências sociocomunicativas do candidato, os infográficos vêm ganhando espaço na Prova de Redação a cada ano, desde a edição de 2012.

Ao fazer uma interface com a área da Educação, a relevância desta pesquisa no âmbito dos estudos linguísticos está no fato de que, hoje, os textos verbovisuais, a exemplo do infográfico, proporcionam maior desenvolvimento das habilidades de leitura e compreensão, associadas à produção escrita dos alunos nas mais diversas práticas sociocomunicativas.

Por fim, objetivamos analisar a configuração pluricódica do infográfico capaz de (re)construir sentidos por parte do leitor interpretante, bem como explicar como ocorre a situação de comunicação em que se elabora a Prova de Redação do Enem, identificando as funções discursivo-argumentativas do infográfico no processo de leitura/produção escrita.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta pesquisa, dotamos uma perspectiva teórica: a Semiologia, doravante TS, uma das vertentes da Análise do Discurso de linha francesa, proposta por Charaudeau (1996). Ela apresenta um modelo que compreende o ato de linguagem como um *mise-en-scène*, uma “encenação”. Esse ato enunciativo obedece a três níveis, segundo Charaudeau (2005): situacional: correspondente ao contrato de comunicação, que constitui o espaço de restrições (os dados externos, isto é, a finalidade discursiva, a identidade dos parceiros, o domínio temático e o dispositivo de troca), discursivo (as “maneiras de dizer” instauradas pelos parceiros) e o semiológico (onde ocorrem as escolhas linguísticas de configuração textual).

Charaudeau (2014) concebe esse ato de linguagem como um encontro dialético envolvendo o sujeito-produtor e o sujeito-interlocutor. A atividade de elucidação de tais sujeitos se fundamenta a partir de dois processos: o de Produção, criado por um EU e dirigido a um TU-destinatário, e o de Interpretação, criado por um TU-interpretante que constrói uma imagem do EU-enunciador do locutor, o que “toma a palavra”.

Outro ponto que destacamos no processo de elaboração da Prova de Redação Enem é o uso das estratégias da encenação argumentativa a partir do plano de credibilidade (o Fazer Saber) e do plano de captação (o Fazer Sentir). O primeiro coloca o infográfico como uma “prova de verdade” que, com seus efeitos de sentido, induz o leitor a uma orientação argumentativa sobre o tema proposto; o segundo faz com que a emoção e o despertar de ideias do sujeito leitor se aflorem para o desenvolvimento da proposta temática da Redação.

Para a concepção de gênero, baseamo-nos em Charaudeau (2012), sintonizando com a abordagem dialógica de Bakhtin (2016), que remete à evolução por que passa todo e qualquer

gênero do discurso, além do aporte teórico fundamentado por Marcuschi (2008) sobre a noção de texto.

Sobre a configuração semiológica pluricódica de um texto, a TS nos orienta que a exigência da visibilidade faz com que o sujeito produtor recorra ao uso de imagens a fim de gozar de maior credibilidade juntos aos leitores, já que os recursos visuais justificam as explicações dadas pelo uso da materialidade pluricódica na encenação do texto.

O infográfico é, enfim, um elemento que, por si só, passa uma informação completa e por isso favorece a compreensão de algo constituído de imagem e texto verbal (TEIXEIRA, 2010), podendo suscitar uma orientação argumentativa sobre a proposta de Redação do Enem.

### **3 METODOLOGIA**

Metodologicamente, entendemos que a pesquisa segue um paradigma qualitativo adequado para se compreender a configuração pluricódica do infográfico no contexto da produção dos textos motivadores para a Redação do Enem. Seguimos um método por meio do qual é possível manipular a materialidade semiológica (o texto infográfico) em suas diferentes formas-sentidos e nele aplicar as categorias conceituais de análise: primeiro, os dados externos do contrato de comunicação ligados ao gênero Redação do Enem; segundo, o dispositivo argumentativo. (CHARAUDEAU, 2014).

Estabelecemos como critério de seleção do *corpus* o reagrupamento de textos e segundo a semelhança e, posteriormente, definimos o tipo de contrato de comunicação. A coleta dos dados ocorreu de forma estratégica, a partir da escolha das edições 2012 a 2018 da Prova de Redação do Enem.

### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Procederemos a seguir à análise dos dados. Como já discutimos, o gênero em questão é a Redação do Enem. Ela é elaborada a partir de três aspectos discursivos, nos diversos contextos de produção, circulação e recepção.

A situação de comunicação refere-se às restrições do contrato educacional (a finalidade do certame, a identidade dos parceiros – O INEP e o candidato leitor e o dispositivo material, que é a Prova de Redação do Enem). Para Charaudeau (2004), baseando-se nas ideias bakhtinianas, as situações específicas de comunicação adquirem estabilidade, podendo os gêneros variar ou a partir deles surgirem outros.

Na edição de 2014, por exemplo, o INEP utilizou o segundo texto motivador, que é um infográfico publicado na *Folha de São Paulo* que retrata a real situação da publicidade infantil no Brasil e no mundo, além de exemplificar as medidas de intervenção a serem tomadas.

Figura 1 - Infográfico



Disponível em <<https://www.infoenem.com.br/analise-da-proposta-de-redacao-do-enem-2014/>>. Acesso em 25 nov. 2019.

Quanto aos aspectos discursivo-textuais, o infográfico acima possui um dispositivo argumentativo formado pela “proposta” que sugere ideias para o posicionamento do candidato diante do problema abordado e para a intervenção social. Para refutar a “proposta”, o EU-argumentante toma sua posição contrária à publicidade infantil, usando a “proposição”.

Para Charaudeau (2014, p. 224), “a proposta pode ser contestada ou defendida em totalidade ou em parte, seja quanto à asserção de partida (A1), seja quanto à relação argumentativa (A1 → A2)”.

Agregado a esta parte da pesquisa, mostra-se a construção da materialidade pluricódica do infográfico como um elemento recorrente na elaboração da Prova de Redação do Enem, evidenciando a imagem como parte essencial na construção do texto. Pela leitura visual do texto, o TU-i (sendo atento) percebe a imagem simbólica do Mickey, famoso personagem das empresas Disney que foi proibido nas propagandas de alimentos para crianças.

Segundo Charaudeau (2015), a imagem fixa ou animada possui “efeitos de verdade”, dificilmente de serem controlados pelo sujeito observador, uma vez que ela, durante a encenação da informação, permite criar a ilusão factual, do autêntico, da prova da realidade dos fatos, para manter a visada da informação (o “fazer saber”) e da demonstração (“o “fazer crer”).

Além de ser um texto informativo, o infográfico em análise estabelece uma orientação argumentativa capaz de persuadir o sujeito leitor, levando-o a selecionar e interpretar

informações e a partir delas criar argumentos para fundamentar seu ponto de vista. Por mesclar texto escrito e imagem, o texto verbovisual (re)constrói sentidos e complementa a informação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É indiscutível que o processo de elaboração da proposta de Redação do Enem obedece a critério pré-estabelecidos de configuração textual, no tocante à escolha de textos verbovisuais para compor a coletânea, a exemplo de infográficos. Estes recursos seguem uma organização pluricódica capaz de (re)construir sentidos por parte do leitor e orientar discursivamente o candidato para se sobressair na argumentação do texto.

Como todo texto é dotado de significação e possui orientação argumentativa, o infográfico, em sua configuração pluricódica a partir da associação entre texto escrito e imagem, permite que o sujeito leitor desenvolva melhor suas habilidades sociocomunicativas no tocante ao processo de leitura e produção de textos no contexto do Enem.

Portanto, esperamos que esta pesquisa contribua para o estado da arte, principalmente aos estudos linguísticos no tocante às funções discursivo-argumentativas dos textos verbovisuais como o infográfico, largamente utilizados no macrodomínio da prática social.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. Trad. de Paulo Bezerra, 1. ed. São Paulo: Editora 34, 2016.

CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: **Gêneros: reflexões em análise do discurso**. Org.: Ida Lúcia Machado e Renato de Mello. Belo Horizonte: Fale, UFMG, 2004.

\_\_\_\_\_. *Los géneros: una perspectiva socio-comunicativa*. SHIRO, M; CHARAUDEAU, P; GRANATO, L. (Org.). *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis*. Madri: Iberoamericana/Vervuert, 2012.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

\_\_\_\_\_. **Discurso das mídias**. Trad. Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.

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

TEIXEIRA, T. **Infografia e Jornalismo: conceitos, análises e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2010.