

Estudos do Discurso

Powerpoint 1 - O que é o Discurso

A questão fundamental dos estudiosos do discurso é: Como é que construímos a realidade social através do discurso?

A realidade social não é um conjunto de verdades fixas, algo exterior a nós, mas sim algo que todos criamos de forma ativa através da interação verbal e social, isto é, do discurso.

O discurso não funciona como um espelho da realidade, constrói a própria realidade. Uma mesma realidade pode ser construída de várias formas. Aquilo que aceitamos como realidade é produto do discurso.

Nós não lidamos diretamente com as coisas, com o mundo, com os outros, mas sim com as nossas próprias construções, com os significados que atribuímos ao que nos rodeia.

Quer dizer então que a realidade não existe, só existem discursos?

Há uma realidade física fora do discurso, mas o discurso é a única forma que temos de a aceder a essa realidade.

O discurso refere-se sempre a algo existente e, nesse sentido, imita o mundo. Mas também pode criar mundos quando nos oferece conhecimento novo ou recria algo já existente.

Relação entre discurso e poder social

O discurso é produtivo: tem efeitos na forma como agimos face a uma determinada realidade social. Como o discurso é um instrumento de poder social, nunca pode ser neutro e objetivo, é sempre um terreno de contestação.

O que fazemos nos eventos discursivos está sujeito aos constrangimentos e às potencialidades associadas às convenções discursivas. Estas convenções são regras de uso/pragmáticas e correspondem a hábitos culturais. Têm também um papel legitimador, ou seja, validam práticas (que estejam de acordo com as regras). E a legitimidade é algo externo ao falante.

As convenções discursivas regulam quem pode participar, para quem, com que papel, sobre o quê, onde e quando.

A importância da linguagem verbal no quotidiano

A linguagem não existe no vácuo social; não é um código abstrato. Deve ser vista como uma parte integrante e muito importante das nossas vidas social e cultural.

É através da linguagem que damos significado às coisas, aos outros, ao mundo, ao que fazemos, ao que os outros fazem. No entanto, os significados são algo que construímos na

nossa cabeça como seres sociais. É através da linguagem que comunicamos as nossas crenças, opiniões, atitudes, ideologias, visões do mundo.

As palavras são rótulos de uma realidade independente; referem-se a algo que não elas próprias. A linguagem está do lado da cultura e os objetos a que se refere estão no lado da natureza.

A linguagem é um meio de transmissão de pensamentos. O mundo é a causa e a linguagem é o efeito. A língua está ligada a uma visão do mundo; é um mapa seletivo e não um mapa natural do pensamento.

A linguagem quando usada num contexto específico adquire uma força ilocucionária “O que se faz ao dizer”. Quando falamos não escolhemos só palavras, escolhemos também estratégias de as preferir. Estas escolhas podem ou não ser conscientes. É sempre importante analisar o contexto da enunciação.

Significação: algo construído por nós nas práticas sociais. É sempre contextual. Não há nenhuma palavra que só possa ser associada a uma única função comunicativa

Powerpoint 2- O que é o discurso e o que significa analisá-lo

Discurso é um fenómeno linguístico, cognitivo, prático, social e cultural

Como estrutura verbal (texto ou fala): a linguagem usada em eventos reais de comunicação. Foco na ordem e na organização desse uso.

Como processo de comunicação (produção e compreensão do texto ou fala): através desse uso partilham-se representações sociais e individuais.

Como forma de inter(ação) social entre membros de categorias sociais, grupos, profissões, organizações, comunidades, sociedades ou culturas: ao usar a linguagem, realizamos vários atos sociais e políticos, para além do de escrever ou falar.

Como prática social e parte integrante de processos sociais (e.g. relações de poder social): essa interação faz parte de contextos sociais e culturais. Foco nas funções sociais, políticas e culturais do discurso nas instituições, grupos ou na sociedade e cultura.

Tem de se levar em conta estas dimensões e a forma como se influenciam mutuamente:

- Quem (+ para quem) está a usar a linguagem (papéis, identidades, relações, conhecimento, atitudes e ideologias sociais);
- Como o está a fazer;
- Porquê (com que intenções), para quê (com que objetivos ou propósitos?);
- Quando e onde; • Através de que canal ou meio.

Texto ≠ Discurso

O texto é visto como o registo do ato comunicativo, parte visível do processo. O discurso é a parte visível do processo. O discurso é a interação.

Quando queremos centrarmo-nos nas especificidades de um evento ou ocasião, falamos em texto.

Quando queremos olhar para padrões, repetições, relações que compreendem diferentes textos e ocasiões, falamos de discurso.

As nossas escolhas linguísticas não são arbitrárias, são sempre adaptadas a um contexto e modeladas socialmente. Estas escolhas tem sempre consequências.

Dimensões do discurso

Dimensão verbal: O que é dito, como é dito. Interesse pela ordem e organização

Dimensão comunicativa: Quem escreveu, quem disse? Quem é o responsável? Valorização das relações sociais.

Autor: quem escreve

Responsável (“principal”): pelas ideias.

Animador: “a máquina de falar”

Quais os propósitos de quem escreve/fala? Ou seja, o que pretende fazer?

Dimensão institucional: Convenções/hábitos que tornam um discurso normal num dado contexto. O que (não) é permitido dizer; quem (não) pode falar? O que é verdadeiro/falso?

Analisar o discurso

Inclui preocupações de natureza descritiva, interpretativa e explicativa

1.Preocupação Descritiva: Não interessam as palavras ou frase isoladas, mas a sequência das frases, a sua ordem e organização verbal, a vários níveis:

- Ordem e forma: sintaxe.
- Significado: semântica (local e global ou micro; macro).
- Estilo: expressão.
- Retórica: figuras de estilo.
- Estrutura formal global: categorias formais típicas; sua ordem e função.

2. Preocupação interpretativa: Situar o contexto. • Tipo de atividade, tópicos possíveis, canal ou meio tecnológico usado, funções institucionais do evento comunicativo; Quem está envolvido: participantes e relações entre eles; Onde? Quando? Através de que meio?

Usualmente, neste tipo de análise olha-se menos para o que se diz e mais para a forma como se diz, ou seja, para a variação ao nível do estilo.

3. Preocupação explicativa: Situar o texto no quadro situacional, institucional e social: mostrar como é influenciado indiretamente por estruturas sociais e os efeitos sociais que pode ter nas mesmas.

Texto e contexto são inseparáveis

Material: texto - escolhas linguísticas, como se usa a linguagem

As escolhas linguísticas são vistas pelo analista do discurso como marcas ou pistas para inferir do texto as suas condições de produção e de interpretação e inscrição institucional.

Mas não bastam. É necessário que o analista articule essas pistas com os conhecimentos e representações que tem acerca da situação e sociedade de que o discurso em causa faz parte. Texto e contexto são inseparáveis. Não olhamos de forma imanente os textos para depois os olhar à luz do contexto.

A situação comunicativa como estrutura e género

Como estrutura

Aspetos relativamente fixos que apontam para a ordem do discurso, as convenções que regulam a produção e interpretação de textos particulares

- Quem pode/deve escrever sobre o que e como/para quem? Com que fins?, Através de que meios ou canais? Quais as normas, os valores, as estruturas institucionais e organizacionais em causa?

Como género comunicativo

Modos mais ou menos convencionais de usar a linguagem associados a determinados tipos de práticas sociais. Por exemplo, a escrita das notícias está associada a práticas jornalísticas, os julgamentos, a práticas judiciais, etc...

Situação de comunicação enquanto processo

A situação de comunicação é vista como “contexto”, isto é, um produto de um processo de criação que envolve a realidade exterior e a sua mobilização (incluindo manipulação) pelos utilizadores.

Os contextos são criados pela dinâmica da interação entre produtores e intérpretes em relação ao que contexto que se pensa “estar aí”- à situação comunicativa e social “real”. Os contextos são gerados ou ativamente construídos no uso da linguagem,

Por isso será melhor falar em contextualização.

O contexto de um texto: é uma estrutura fixa, igual para todos os participantes?

É uma construção mental dos participantes.

Não são as circunstâncias e situações sociais concretas em que os textos foram produzidos e interpretados, mas sim as definições individuais que os participantes fazem delas. Nesse sentido, estas representações são sempre individuais e únicas, mas são também socialmente partilhadas.

Há uma relação reflexiva entre texto e contexto:

- Os textos refletem/são influenciados pelo evento comunicativo, pelo tipo de prática social e situação social de que fazem parte; isto é, “o contexto influencia o texto”.
- Os textos, a forma como a linguagem é usada nos mesmos, influencia os eventos comunicativos, as práticas sociais de fazer parte: “o texto influencia o contexto”, usualmente, de forma indireta.

Powerpoint 3- Análise Crítica do Discurso ACD

Análise Crítica do discurso

1. O discurso funciona como instrumento de poder:

Não descreve apenas uma realidade; produz conhecimento sobre ela; e, ao fazê-lo, reproduz as relações de poder que sustentam esses modos de conhecer e avaliar.

- Define o modo como podemos pensar sobre uma determinada realidade e como podemos falar sobre a mesma:
- o que é ou não verdade,
- o que está ou não correto;
- o que é permitido ou não é permitido?

E isso tem efeitos materiais, quer dizer, o discurso é produtivo: tem efeitos na forma como agimos face a uma determinada realidade social.

2. O discurso pode parecer óbvio, para alguns, mas não o é

Os discursos em si não são nem visíveis nem têm fronteiras delimitadas. Um discurso não tem um começo objetivo nem um fim claro. Não é o equivalente a um texto num papel ou num ecrã.

Contudo um dado discurso pode ser reconhecido pelos estudiosos do discurso e pelos utilizadores de uma língua através das suas manifestações concretas em textos. Estes traços dão pistas para a interpretação de um discurso.

Para compreender o significado do texto ou da fala e as funções que realizam numa determinada situação:

- não basta olhar só para a forma como a linguagem é usada num texto ou conjunto de textos: O quê e o como, a dimensão verbal do discurso.
- Não basta olhar só para os processos de produção e interpretação dos textos: Quem para quem sobre o quê com que fim através que meio onde e quando?
- Não basta só olhar para a prática social em causa: Quadro situacional, institucional e societal

Tem de se levar em conta estas três dimensões e a forma como se influenciam mutuamente:

- Quem está a usar a linguagem (papéis, identidades, relações, conhecimento, atitudes, ideologias sociais);
- Como o está a fazer;
- Porquê (com que intenções), para quê (com que objetivos ou propósitos?);
- Quando e onde;
- Através de que canal ou meio. Estuda-se, portanto, o texto em contexto.

Interpretação: situar o texto na interação social

- Que tipo de atividade é esta? Quem está envolvido e em que relações? Que papéis, que posições, que cognições? Quais as intenções e propósitos? Que representações estão os participantes a construir da situação comunicativa e social?

Explicação: situar o texto numa prática social, em quadros institucionais e sociais (relações de poder, ideologias)

- Como é que o está ser feito se encaixa no conjunto de coisas que são habitualmente feitas neste tipo de contexto? • Como modela (e é influenciado) por relações de poder/ideologias?

Artigo de opinião: um dos géneros do discurso jornalístico (escolher um artigo de opinião?)

Vale-se da **argumentação** para analisar, avaliar e responder a uma questão controversa. Expõe a opinião de um articulista, que pode ou não ser uma autoridade no assunto abordado.

Geralmente, discute um **tema atual** de ordem social, económica, política ou cultural, relevante para os leitores.

Busca convencer alguém sobre determinada ideia, influenciando-o e transformando os seus valores por meio da argumentação a favor de uma posição, e de refutação de possíveis opiniões divergentes.

São textos de **natureza argumentativa**, uma vez que o sujeito enunciativo assume uma posição a respeito de um assunto polémico e defende-a. Pode ser uma argumentação epistémica (defender que x é verdadeiro ou falso) ou prática (defender que se deve fazer ou não fazer x).

É **dialógico**: segundo Cunha, “o artigo de opinião é constituído de outros discursos sobre os fatos comentados e de antecipação das objeções do leitor, para fazer aderir ao seu ponto de vista e para criticar os outros com os quais mantém uma relação de conflito” (2002, p. 179).

A estruturação dos conteúdos, não obedece a uma ordem rígida, mas tipicamente integra estas categorias ou momentos:

A) Situação-problema:

- Coloca a questão a ser desenvolvida para guiar o leitor face ao que virá nas restantes partes do texto. Serve para contextualizar o assunto a ser abordado, por meio de afirmações gerais e/ou específicas. Pode evidenciar o objetivo da argumentação que será sustentada ao longo do artigo, bem como a importância de se discutir o tema.
- Artigo de opinião: um dos géneros do discurso jornalístico

B) Discussão:

- Expõe os argumentos e constrói a opinião a respeito da questão examinada. Ou seja, o autor apresenta provas a favor da posição que assumiu e provas para mostrar que a posição contrária está equivocada.
- Os argumentos baseiam-se nos conceitos apresentados, na adequação dos fatos para exemplificar esses conceitos, bem como na correção do raciocínio que estabelece relações entre conceitos e fatos. Geralmente faz uso da exposição de fatos concretos, dados e exemplos, com o emprego de sequências narrativas, descritivas e explicativas, entre outras;

C) Solução-avaliação:

- Evidencia a resposta à questão apresentada, podendo haver uma reafirmação da posição assumida ou uma apreciação do assunto abordado.

Análise crítica do discurso: o que significa crítica? 3 ppt slides pág 22-31

A análise crítica do discurso (ACD) estuda problemas sociais:

- Relacionados com a injustiça e a desigualdade social: segundo linhas de género, classe, etnias, religião, nacionalidade, idade- racismo, sexismo, anti-semitismo
- Relacionados com as alterações climáticas e os problemas ambientais

- Relacionados com a mercantilização da política e da educação
- Relacionados com a crise das democracias ocidentais (populismo, nacionalismos, fascismos, etc.)

As relações de poder são (também) discursivas

- Envolve controlo direto ou indireto das ações, através do controlo da informação e do conhecimento disponível para formar opiniões, principalmente daqueles que possuem poucos recursos e fontes alternativos para se oporem a tal influência (Van Dijk, 1993b, p. 101).
- O discurso é um instrumento deste poder, principalmente o discurso público das elites mediáticas, educacionais/académicas e políticas, ou seja, das elites simbólicas.

Poder sobre o discurso: acesso e controlo: controlo sobre a situação de comunicação onde é produzido, interpretado o texto ou a fala.

Quem pode falar/escrever quando e onde e com que objetivos? • Quem controla as regras, as convenções discursivas associadas aos discursos e às situações de comunicação?

O poder no discurso — controlo sobre estruturas do texto e da fala ~

- Como é que os participantes mais poderosos controlam a participação dos outros (e.g. Médico e doente; entrevistador e entrevistado);

O poder através do discurso - poder persuasivo; controlo da mente através dos usos linguísticos

- Modos mais subtis: como é que a longo prazo, através, por exemplo do controle da informação e opiniões divulgadas nos média, se controla o conhecimento e opiniões sociais, e quais as consequências sociais desse controlo

A relação entre discurso e sociedade é mediada, não é direta

Por um lado, o discurso é constringido e potenciado por:

- Relações ao nível da sociedade (de classe, género, etnia, etc.);
- Relações sociais específicas a instituições particulares (e.g. relações de poder numa redação de um jornal, relações de poder numa sala de aula);
- Sistemas de classificação, normas e convenções, de natureza institucional;
- Conhecimento social, atitudes e ideologias sociais.

Por outro lado, o discurso é um princípio estruturador; é uma forma de ação social:

“O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o modelam e constringem: as suas próprias normas e convenções, assim

como as relações, identidades e instituições que lhe subjazem” (Fairclough, 1992, pp. 63-64; Wodak, 1996, p.15).

A sociedade modela o evento comunicativo (e assim o texto) via modelação dos processos de produção, de compreensão e interpretação dos textos; **Os discursos modelam a sociedade** via os processos de produção e de compreensão do texto ou fala.

- Atenção dupla, portanto, foco no jogo entre o poder da agência individual situada e foco no poder das estruturas sociais e institucionais. Não há relações lineares entre uma e outra.

O discurso é histórico

Os discursos são sempre produzidos em situações sociais e históricas específicas. Só podem ser compreendidos aí.

- Na voz individual há sempre vozes outras, vozes sociais, com um passado, um presente e um futuro.
- Os discursos estão sempre relacionados com outros, produzidos antes, no mesmo período e posteriormente (conceitos de intertextualidade, interdiscursividade)

Veja-se, por exemplo, como o discurso mediático em volta do corona vírus ecoa discursos epidemiológicos, médicos, culturais, políticos que fazem parte da memória social. Recordem-se pandemias anteriores (e.g. HIV/Sida) e os discursos que as acompanharam

Conceitos de base da análise crítica do discurso:

Linguagem: vista como uma das muitas práticas sociais de representação e de significação; interesse pela linguagem usada, não pelo código.

Textos: Entendidos como resultado das ações dos produtores e intérpretes, socialmente situados, que operam com graus relativos de possibilidade de escolha, no interior de estruturas de poder e dominação.

Os significados: Resultam da interação entre intérpretes e textos, sujeitando-se a regras normativas (de género, por exemplo), e às relações de poder que regulam essas interações.

Os traços linguísticos: São conjunções motivadas de formas e conceitos e nunca conjuntos arbitrários de formas e significados.

Os utilizadores da linguagem: não enquanto indivíduos, mas como atores sociais socialmente situados, tendo, portanto, posicionamentos diferentes relativamente à linguagem, que operam com graus relativos de possibilidade de escolha, sempre no interior de estruturas de poder e dominação

Powerpoint 4- Discurso Multimodal

A relevância da multimodalidade

Todo o discurso é multimodal: isto é, o uso da linguagem, na forma escrita ou oral, é sempre inevitavelmente construído através de múltiplos modos semióticos, incluindo através de fenómenos contextuais, entre os quais, o espaço físico em produzimos as nossas ações discursivas, o design, tipo de suporte, layout ou tipografia em que apresentamos os nossos textos.

A multimodalidade é o reconhecimento de que a língua não é o centro da comunicação, pois os gestos e a fala coocorrem (Martinec 2001); a língua e a imagem trabalham juntas (Kress & Van Leeuwen, 1996); o espaço comunica, etc.

Trata-se, assim, de compreender que os significados de um qualquer evento comunicativo resultam da interrelação entre o uso de vários modos semióticos.

Porque é importante que a ACD olhe para a multimodalidade?

- A paisagem comunicativa contemporânea é multimodal.
- Os softwares que usamos para produzir peças de comunicação são multimodais;
- Na representação e legitimação contemporânea da injustiça e violência, a produção ficcional (séries, filmes) têm um papel muito importante.

Há uma tendência para desvalorizar o poder das representações multimodais: o seu poder ideológico pode ser desvalorizado com argumentos do tipo “é só uma história”, é “só publicidade”, são só “ferramentas técnicas”.

Multimodalidade à luz da sociosemiótica

Modo semiótico: o termo designa

- **Sistemas de recursos semióticos usados em eventos comunicativos para produzir significados;**
- Exemplos: modos linguísticos: linguagem verbal; modos não linguísticos: imagem; tipografia, cor; som; gestos, movimento, espaço, cheiros etc.

Meios ou média (“suporte”, “canal”, meio material de expressão): os termos designam

- **As substâncias concretas e materiais** - não apenas as tecnológicas (e.g. internet, televisão) - ou as ações físicas, relacionadas com a produção e a distribuição, onde e através das quais os modos semióticos são materializados.

A linguagem verbal – modo verbal - pode ser materializada nos seguintes meios ou média: na fala ou na escrita; num site (ecrã digital) num livro em papel.

O ângulo de tomada de vista (e.g. frontal, vertical), um recurso do modo visual, pode ser materializado nos seguintes meios ou média: imagens fixas ou móveis; em fotos ou pinturas;
O som, modo sonoro, pode ser materializado nos seguintes meios ou média: dedilhar das teclas de um piano, na voz de alguém;

O espaço, modo espacial, pode ser materializado no seguinte meio: numa determinada configuração de portas e janelas.

Os gestos, modo gestual, podem ser materializados no seguinte meio: em movimentos corporais.

A análise multimodal requer que se preste atenção a:

- 1. À estrutura:** ao potencial comunicativo de cada um dos modos semióticos;
- 2. Ao indivíduo em contexto:** ao modo como usamos esse potencial em contextos concretos.

Modo linguístico ≠ Modo visual?

Não são nem completamente opostos, nem completamente idênticos. São diferentes. Cada um destes modos tem inerentemente um potencial representacional (ou seja “affordance” distinto para produzir significados.

- Nem todos os significados expressos verbalmente podem ser realizados visualmente, e vice-versa, e mesmo que os dois possam realizar o mesmo significado, cada um adiciona o seu tom e ressonância. Cada um tem os seus limites; cada um tem um valor social particular em contextos sociais específicos. Cada um tem a sua história, as suas convenções, feitas e refeitas ao longo do tempo.

Modo linguístico e Modo visual Não são transparentes.

Não são um mero veículo de transmissão de conteúdo.

- São culturalmente e socialmente motivados (e.g. regimes visuais);

Têm uma força própria, i.é, configuram o mundo de uma determinada maneira.

A escolha de um modo semiótico (imagem, som, gestos, palavras) para comunicar, tem efeitos profundos no significado.

Diferenças entre estes dois modos semióticos:

Modo visual	Modo linguístico
Recursos: ponto, forma, linha, movimento; direção; composição, dimensão, ângulo, distância, volume, brilho, luz, textura, escala, cor, vetor	Recursos: sintáticos, lexicais, textuais, etc.
Lógica da representação: mostração, espacial; o significado é derivado das relações espaciais ou gramática da imagem	Lógica da representação: sequencial e causal; o significado é derivado da sequência temporal do texto escrito E.g. "O bebé chorou. A mãe pegou nele", Sacks 1974
Percepção: global e simultânea	Percepção: linear (esquerda-direita; cima-baixo)
Semântica: mais rica em informação; mais polissémica, mas também pode ser mais precisa.	Semântica: menos rica em informação; menos vaga e menos polissémica.

Expressar ações através dos recursos visuais/ expressar ações através de recursos linguísticos: Os recursos semióticos usados são diferentes, vetor nas imagens, verbos de ação, nos textos linguísticos, mas ambos expressam a ideia de ação.

Os recursos visuais e linguísticos são diferentes. Mas isso não quer dizer que não possam cumprir as mesmas funções comunicativas e, até a algum ponto, expressar os mesmos significados.

O caso do uso integrado de recursos visuais e linguísticos

Faz parte do senso comum a ideia de que quando se usa texto e imagem em conjunto, eles combinam-se, agregam-se e produzem algo de novo. Mas,

- **De que forma é que isto funciona? De que forma não funciona?**

Casos de sucesso, em que há multiplicação dos significados:

- Nas circunstâncias adequadas, o valor da combinação de dois modos diferentes de produção de significado pode valer mais do que a informação que temos quando usamos apenas um dos modos. Isto é, a linguagem escrita multiplicada pelas imagens, é mais do que linguagem escrita simplesmente ocorrendo ao lado de imagens.
- Os significados de um modo e de outro modo ressoam para produzir algo que é mais do que a soma das partes - mas para que isso aconteça tem de haver coesão, contacto, propriedades internas que permitem que isso aconteça



Estudos do Discurso

Traços linguísticos	Imagem
<p>Ato de fala: um pedido</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apelo direto; 2ª e 3ª pessoas; - Frase declarativa; - Verbo que lexicaliza um pedido (<i>need</i>) - Contexto adequado: sujeito autorizado: o país 	<p>Ato de imagem: um pedido</p> <ul style="list-style-type: none"> - dedo que aponta; - olhar direto, imperial; - uniforme e bigode prussiano, símbolos de autoridade modelam este pedido, dando-lhe um tom direto autoritário
<p>Tipografia</p> <p>O grande e pesado <i>You</i></p>	

Casos de insucesso:

- Só temos texto e imagem próximos um do outro, mas sem interação e, portanto, a multiplicação dos significados não ocorre.
- Casos em que os significados pelo texto e imagem são contraditórios entre si.



Caso de insucesso: significados produzidos pelo texto e imagem são contraditórios entre si.

Imagem como ilustração – sublinha, reitera, esclarece - o texto verbal que a antecede; imagem e texto transmitem os mesmos tipos de significados.

Ancoragem: Texto verbal ancora imagem, ou seja, delimita, especifica o seu sentido; a imagem é primeira, isto é, domina espaço visual; ambos transmitem os mesmos significados

Relais: Texto verbal e imagem visual complementam-se; dependem um do outro para transmitir o significado global.

Relações entre imagem visual e linguagem verbal

Van Leeuwen (2005), *Introducing social semiotics*, pp. 230

Relações texto-imagem		
ELABORAÇÃO	Especificação	A imagem torna o texto mais específico (ilustração).
		O texto torna a imagem mais específica (ancoragem).
	Explicação	O texto parafraseia a imagem, ou vice-versa.
EXTENSÃO	Similaridade	O conteúdo do texto é similar ao da imagem.
	Contraste	O conteúdo do texto contrasta com o da imagem.
	Complementaridade	O conteúdo da imagem acrescenta mais informação à do texto, e vice-versa (relay).

Ver exemplos no fim do ppt 4