

## Um olhar retórico da Metáfora no Discurso Midiático

*Franciane da Silva Santos (UFAL)*<sup>1</sup>

E-mail: franciane\_fss@hotmail.com

*Maria Francisca Oliveira Santos(UFAL/UNEAL)*<sup>2</sup>

E-mail: mfosal@gmail.com

### RESUMO

Este trabalho, intitulado *Um olhar retórico da Metáfora no Discurso Midiático*, tem como objetivo geral evidenciar a incidência e importância das metáforas, em uma perspectiva retórica, para a construção e compreensão das reportagens pelo leitor, verificando as mensagens implícitas nas manchetes das reportagens, sob o ponto de vista de uma análise retórico-argumentativa. Tem-se como objetivos específicos verificar a importância da metáfora através de sua relação com o texto e como se processa a explicação dessa metáfora no transcorrer da leitura, se ela é um recurso persuasivo para a construção dos títulos das reportagens analisadas e investigar quais os sentidos possíveis que as metáforas podem trazer para o texto e se influenciam a compreensão do leitor. Fundamentou-se essencialmente, em Reboul (2000), Marcuschi (2008), Koch (1999), Aristóteles (2005), Meyer (2007), Ricoeur (2000), dentre outros. O estudo obteve como resultado uma melhor compreensão do caráter persuasivo, encontrado nos implícitos das metáforas ditas retóricas, os quais circulam nas manchetes, podendo ser esclarecidos na leitura de toda a reportagem. Através do uso da metáfora circulam as diversas funções retóricas e os vários argumentos do gênero reportagem, destacado no domínio jornalístico. A escolha de reportagens, que possuam títulos aparentemente constituídos por metáforas, leva em consideração a multiplicidade de sentidos possíveis, além do caráter persuasivo que é utilizado para persuadir o leitor por meio dos argumentos trabalhados através das funções retóricas presentes no texto. As manchetes mostram-se chamativas e muito atrativas, o que as torna instigantes e abre precedentes à pesquisa pela ocorrência constante do fato e grau de argumentatividade presente nos títulos. A relevância do trabalho se dá pela análise feita das reportagens como um todo, dentro de uma linha retórico-argumentativa, que se aplica no cotidiano do leitor, principalmente, dos que se dedicam à leitura dos gêneros que circulam na esfera discursiva de caráter jornalístico, além de constatar o uso da metáfora com finalidade de persuadir e não apenas ser usada como ornamento linguístico que embelezar o texto.

Palavras-chave: Reportagem; metáforas; análise retórico-argumentativa

### Introdução

A reportagem, como gênero textual dinâmico e multifacetado de informações, está estruturada sob uma gama de implícitos, metáforas e analogias que, para serem recuperados pelo leitor, demandam atividades inferenciais para compreensão adequada da mensagem trazida pelo texto. É primordial, em uma análise sobre a reportagem, um olhar sobre as características

---

<sup>1</sup>Graduada em Letras pela Universidade Estadual de Alagoas, especialista em Língua Portuguesa e Literatura Brasileira pela Academia Alagoana de Letras, mestranda pela Universidade Federal de Alagoas, Professora de Língua Portuguesa na rede municipal de ensino de Arapiraca /AL.

<sup>2</sup>Professora Titular da Universidade Estadual de Alagoas e Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da UFAL, com Mestrado e Doutorado pela Universidade Federal de Pernambuco, Pós-doutorada pela Universidade Federal da Bahia.

retóricas permeadas no texto e, mais especificamente, nos títulos da reportagem, ou seja, as manchetes.

Desse modo, discorreremos sobre a relevância dos estudos retórico-argumentativos para a interpretação inferencial dos textos. A análise é induzida pela recorrente presença de metáforas, ditas retóricas, e analogias em textos jornalísticos e pela necessidade de percebermos o quanto nossas conclusões acerca do *corpus* (reportagens da revista Época), são condicionadas pelo produtor do texto sem que se perceba, pois, que por trás da informação há toda a subjetividade do autor e a invocação proposital do conhecimento de mundo que possuímos e da nossa capacidade de realizarmos atividades inferenciais e de compreensão textual eficazes ao contexto do texto que nos é apresentado.

## 1. Estudos retóricos

### 1.1 Retórica: definição e funções.

Ao longo dos séculos, o ato comunicativo inspirou sempre profundas reflexões. A linguagem, como fator primordial desse processo, desenvolveu-se de maneira oral e posteriormente escrita. A partir desses processos constituídos, encontrava-se já em desenvolvimento a arte retórica.

No início dos anos 60, os estudiosos definem estudos retóricos como sendo uma arte voltada à análise argumentativa e ao estudo do estilo, especificamente o que leva o texto a tornar-se literário, cujo objetivo central visava a envolver senão convencer o outro. Com todo esse movimento ocorrendo, torna-se, então, concreto o conceito de retórica.

O termo retórica assumiu diversos sentidos ao longo de sua história. Para Reboul (2000, p. 24-25), a retórica é a arte de persuadir pelo discurso, e essa vem a ser a definição que talvez mais se aproxime de sua função em caráter real. Persuadir é levar alguém a fazer algo, movido pelos sentimentos, e a retórica desempenha bem essa atividade, tanto que ela, além de arte, é técnica, o que a torna mais completa, podendo ser espontânea como também ensinada.

A retórica, como arte extremamente útil em diversas ocasiões, desempenha algumas funções específicas, tais como: persuasiva, hermenêutica, heurística e pedagógica. Reboul (2000, p.17-21) assim as explica:

*Função persuasiva* - A função persuasiva do discurso comporta dois aspectos: um argumentativo e outro oratório. Ela instrui por meio da argumentação de

maneira agradável, apreciável com o objetivo de comover o ouvinte. Seu aspecto oratório torna-se evidente nos gestos como também na utilização de figuras de estilo durante o discurso. *Função hermenêutica* – função interpretativa do texto. A retórica hoje trabalha com a análise do discurso. *Função heurística* – a função heurística (do grego euro, eureka= encontrar) é a função da descoberta, pois, não utilizamos a retórica só para obter certo poder, mas, também para saber, para encontrar conhecimento. *Função pedagógica* – Ensina a compor um texto segundo um plano, uma métrica, a encadear os argumentos de modo coerente e eficaz, cuidar do estilo, encontrar as construções apropriadas e as figuras exatas, como também falar distintamente e com vivacidade.

A retórica desenvolve-se, cotidianamente, através de suas funções, nos discursos argumentativos. A função persuasiva é notoriamente estudada por ser pioneira e apresentar em sua estrutura o bom encadeamento de argumentos e a eloquência oratória, úteis ao desenvolvimento de um discurso focado em envolver e alienar o ouvinte ou leitor.

Para Reboul (2000, p.44), “a retórica é decomposta, quando analisada minuciosamente, em quatro partes: invenção, disposição, elocução e ação”, são explicadas da seguinte forma: compreender o assunto e reunir todos os argumentos que possam servir (invenção); pô-los em ordem (disposição); redigir o discurso o melhor possível (elocução); finalmente, exercitar-se proferindo esse discurso (ação).

## 1.2 Argumentação

Para a análise das manchetes, no que diz respeito ao sentido por elas transmitido, fez-se menção aos argumentos de que se servem os produtores do citado gênero.

Dentro de qualquer discurso, não há argumentação possível sem, de certa forma, ocorrer algum acordo linguístico entre o orador e seu auditório. Esse acordo paira sobre fatos, verdades, presunções, valores e o preferível, de acordo com Reboul (2000, p.164-6):

*Fatos* – São argumentos. É uma verificação que todos podem fazer e que se impõe ao auditório universal.

*Verdades* – são ainda menos diretas e são nexos necessários e prováveis. Valor abstrato fundamentado na razão.

*Presunções* – têm função capital, pois constituem o que chamamos de verossímil, ou seja, o que todos admitem até prova em contrário.

*Valores* – Variam segundo o auditório. Há valores universais e essa pretensão ao universal é em si mesma, um argumento. Além disso, são presumidos e podem ser concretos ou abstratos.

*Preferível* – são escolhas que estão diretamente associadas aos valores que possuímos. Expressam um consenso generalíssimo sobre o meio de estabelecer o valor de uma coisa.

### **1.2.1 Argumentos: definição e tipos**

Segundo Reboul (2000, p.92), “... pode-se definir o argumento como uma proposição destinada a levar à admissão de outra”. Diz ainda, que “a argumentação é uma totalidade que só pode ser entendida em oposição à outra totalidade: a demonstração”. Sendo assim, a argumentação está ligada à capacidade linguística e discursiva do ser humano, possibilitando sua articulação comunicativa e social frente a situações divergentes. Sendo assim, a argumentação é uma série de argumentos tendentes à mesma conclusão em que a ordem desses argumentos é relativa e livre e depende unicamente do orador. Ela é uma atividade estruturante do discurso, então pode ser considerada como um importante elemento coesivo.

O tratado da argumentação (TA), por sua vez, define outros tipos de argumentos que permitem propor uma premissa maior e mais completa. Distingue então quatro tipos de argumentos: os quase lógicos; os que se fundam na estrutura do real; os que fundam a estrutura do real e os que dissociam uma noção.

O uso da linguagem é essencialmente argumentativo, pois se pretende orientar os enunciados produzidos no sentido de determinadas conclusões. Para isso, a argumentação em si dispõe de cinco características essenciais, enumeradas por Reboul (2000, p. 92) da seguinte forma: dirige-se a um auditório; expressa-se em língua natural; suas premissas são verossímeis; sua progressão depende do orador e suas conclusões são sempre contestáveis.

Sobre a argumentação como componente linguístico, Koch (1999, p.104) afirma: “a argumentatividade não constitui apenas algo acrescentado ao uso linguístico, pelo contrário está inscrita na própria língua. O uso da linguagem é inerentemente argumentativo”.

### **1.3 Metáfora na linha retórica**

Nesta pesquisa, optamos pela abordagem da metáfora estudada na linha retórica e não como apenas ornamento linguístico. A metáfora é vista em seu uso como elemento persuasivo dentro do texto.

O termo metáfora tem sua origem no termo grego *metpherein* que significa transferência ou transporte. Etimologicamente é *meta* (mudança), *pherein* (carregar), isso permite aceitar sua definição nesse aspecto, como sendo a transferência em nível semântico do uso da palavra em contextos discursivos diferentes.

Podemos considerar a metáfora como sendo a transferência para uma coisa ou ser do nome de outra, pode ser do gênero para espécie e da espécie para o gênero ou ainda de uma espécie para um outro gênero, podendo ser feito por analogia (RICOEUR, 2000; p. 24).

A metáfora é estudada a partir de várias perspectivas que a definem de formas diferentes e que é importante seu conhecimento. Assim, em uma vertente tradicional, ela é uma figura de linguagem empregada com fins ornamentais em situações específicas; Na linha da metáfora dita conceptual, é um fenômeno cognitivo. Já na visão discursiva ou sistemática da metáfora, ela é entendida como um processo social e se faz sentir pela recorrência do uso linguístico (SARDINHA 2007; p. 57-8).

Meyer (2007; p. 82), ao estudar a estrutura da metáfora na visão retórica de estudo, considera:

a metáfora é a figura por excelência da identidade frágil, e é por esse motivo que desde Aristóteles ela ocupa um lugar central, quase genérico, em relação a todas as outras figuras, como se todas dela decorressem. Dizer que Ricardo é um leão é dizer que Ricardo é corajoso. Mas, a metáfora não o diz, ela convida a concluí-lo.

Meyer (2007, p. 79) ainda monta o seguinte esquema para evidenciar a estrutura geral da figura retórica.

Dizer A é dizer B

A é B

Tomando por base a presença da metáfora retórica em um texto, independentemente do gênero discursivo, constatando-se seu aspecto persuasivo, a metáfora empregada deixa um campo de sentido aberto à interpretação lógica por parte do leitor (MORAIS, 2011). Ainda, segundo o mesmo autor, entende-se que as metáforas inseridas no gênero discursivo têm a função de ampliar a capacidade de persuasão e enriquecer grandemente o discursivo. Considerando esses aspectos, temos em Sardinha (2007, p. 13-4 ):

As metáforas são recursos retóricos poderosos e são conscientemente usadas por políticos, advogados, jornalistas, escritores e poetas, entre outros, para dar mais cor e força a sua fala e escrita. Elas também são meios econômicos de expressar uma grande quantidade de informação. Ao mesmo tempo, são um modo simples de expressar um rico conteúdo de ideias, que não poderia ser bem expresso sem elas. As metáforas também criam uma relação de proximidade com o ouvinte, o leitor ou a plateia, pois ao entender a metáfora, o leitor passa a ser cúmplice do falante.

Analisar um texto à luz da retórica permite-nos enxergar até que ponto somos alienados pela presença subjetiva das ideias do autor. As figuras de linguagem “são pontos de

vista sobre o mundo e a metáfora dá uma perspectiva”. (BURKE, apud MEYER, 2007, p. 81). A metáfora retórica é um artifício de expressão que o autor usa a seu favor para tornar seu texto convincente e atrativo à leitura.

## 2. Gêneros discursivos

As reflexões feitas hoje sobre o gênero discursivo partem primordialmente de seu papel essencial na linguagem por meio de ato comunicativo. Conceituar gênero não é tarefa fácil, pois ele concentra uma infinidade de possibilidades e significados perfeitamente aceitáveis à realidade em que esteja inserido. Entretanto, é (gênero) considerado parcialmente como um enunciado de natureza histórica, ligado ao cotidiano e ao trabalho do homem, e que pode adequar-se a qualquer necessidade de quem o esteja produzindo. Sobre o gênero, cita Koch (2005, p.54): “... nossos enunciados se baseiam em formas-padrão e relativamente estáveis de estruturação de um todo. Tais formas constituem os gêneros, ‘tipos de enunciados’, marcados sócio e historicamente, visto que, estão diretamente relacionados às diferentes situações sociais...”

Para Marcuschi (2000, p. 5), “os gêneros são considerados como eventos comunicativos e vistos como fenômenos ou entidades sociocomunicativas”, o que comprova seu papel comunicativo dentro da produção textual, além de ter papel social preponderante. Os gêneros surgiram exatamente devido à necessidade comunicativa sociocultural, com a finalidade de transmitir as ações e intenções humanas para que haja a comunicação ou o entendimento entre os indivíduos que estejam utilizando o mesmo código e mesmo gênero.

Esse conceito permanece ainda hoje, embora com mais consistência e diversidade, exatamente por ter evoluído junto com o homem contemporâneo. Baseando-se nesse conceito, Santos (2004, p. 36-39) esclarece:

Os gêneros textuais aparecem na perspectiva da fala e da escrita dentro de um continuum tipológico das práticas sociais de produção textual. O gênero tem existência real e não se constitui em listagem fechada e completa. São formas textuais estabilizadas, históricas e socialmente situadas. Sua definição não é lingüística, mas de natureza sócio-comunicativa. Apresentam ainda propriedades inalienáveis dos textos empíricos, servindo de guia para o produtor e o receptor.

Não é a lingüística que define o gênero, mas a sua função na sociedade, sua utilidade prática, discursiva e social. O gênero serve aos propósitos da linguagem humana, é dele que se extrai o poder comunicativo. Em Marcuschi (2008, p.150), encontramos:

cada gênero textual tem um propósito bastante claro que o determina e lhe dá uma esfera de circulação. Aliás, esse será um aspecto bastante interessante, pois todos os gêneros têm uma forma e uma função, bem como um estilo e um conteúdo, mas sua determinação se dá basicamente pela função e não pela forma.

É o que permite dizer que os gêneros multiplicam-se constantemente em suas formas, atualizando-se a cada momento histórico, no entanto, é sua função que os faz úteis à comunicação; é ela que direciona a que propósitos esses gêneros atingirão. A função contém em si todo um universo retórico que, a partir do momento em que o leitor escolhe o gênero, aos poucos toma forma. É ele que proporciona a efetivação dos objetivos como também a conexão a outros gêneros, durante o ato comunicativo.

## **2.1 Gênero como categoria fluida**

A noção de gênero hoje é ampla e concreta dentro da produção textual. Marcuschi (2005, p.17) cita as reflexões pragmáticas de Bakhtin (1979), com a ideia central de gênero como um enunciado de natureza histórica, social, interacional, ideológica e linguística “relativamente estável”. O que chama a atenção nessa afirmação é justamente o caráter relativo e estável que é dado ao gênero, ou melhor, relativamente estável, pois o que se sabe é que o gênero não é estanque, fixo e estável, pelo contrário, evolui visivelmente com o tempo e principalmente com a história de vida do homem.

Para Marcuschi (2005, p. 18), “o gênero é essencialmente flexível e variável, tal como o seu componente crucial, a linguagem”. A capacidade de comunicar-se do ser humano evoluiu com seu desenvolvimento como também os gêneros textuais vêm evoluindo desde sua criação. São dinâmicos e sensíveis à realidade social e comprometidos com as diversas formas de comunicação existentes.

## **2.2 Gênero Reportagem**

O gênero reportagem é o texto resultante ao final de uma série de atividades do profissional da notícia, transmite fatos e informações de interesse público ou especializado.

Trata-se do contar de uma história, segundo um ângulo escolhido pelo jornalista que a investigou.

Segundo Bahia (1990 p. 49-50), a reportagem é por dever e método a soma das diferentes versões de um mesmo acontecimento. Possui detalhamento, questionamento de causa e efeito, na interpretação e no impacto, adquirindo uma nova dimensão narrativa e ética.

A reportagem escrita é dividida em três partes: manchete, lead e corpo: **Manchete** é o título da reportagem que tem como objetivo resumir o que será dito. Além disso, deve despertar o interesse do leitor. A Manchete será, então, nosso objeto de análise. Ela é o título principal que indica a notícia ou reportagem que será publicada e resume o texto publicado. A manchete sempre vem graficamente com maior destaque. **Lead** - Pode também ser chamado de subtítulo. É um pequeno resumo que aparece depois do título, a fim de chamar mais ainda a atenção do leitor. Título secundário, colocado abaixo do título principal da matéria. É composto em corpo menor e serve para acrescentar informações que completam o significado do título principal da página. Trata-se de uma linha (de composição) de texto que forma uma oração completa, mas não tem ponto final. **Corpo** - desenvolvimento do assunto abordado com linguagem direcionada ao público-alvo, ou melhor, é o próprio texto, a reportagem em si.

### 3. Caracterização da pesquisa e análise da manchete

Neste trabalho, optou-se pela abordagem qualitativa pelo fato de não empregar dados estatísticos como centro da análise. Ela não tem a pretensão de numerar ou medir unidades, não existe importância com relação à precisão das medidas, uma vez que o que é medido é a qualidade.

O tratamento qualitativo de um problema é a forma adequada para poder entender a relação, nesse caso, dos dizeres iniciais com a reportagem, seus implícitos, metáforas e ambiguidades, ou seja, a causa e o efeito dos fenômenos e, conseqüentemente, o leitor chegar à sua explicação. Assim segundo Oliveira (2004, p.117):

As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.



O *corpus* da pesquisa proposto para a análise é composto por quatro reportagens da revista semanal *Época*, de circulação nacional, o que significa 20% da amostra total. Foi adquirido em um período de dois meses sucessivos, maio e junho de 2008. Para que as revistas fossem selecionadas, tinham que exibir reportagens com dizeres aparentemente ambíguos pelo uso de metáforas que visavam à atenção do leitor. Foram escolhidas aleatoriamente quatro reportagens a fim de verificar-se qual o valor persuasivo nelas contido.

### 3.1 A análise

A reportagem “O homem-bomba dos pampas” foi publicada pela revista *Época* em 30 de junho de 2008. O título da reportagem resume bem todo o conteúdo do texto e isso fica claro ao se ler o subtítulo que é ainda mais incisivo quando diz: “Quem é Paulo Feijó, o vice-governador do Rio Grande do Sul, um neófito em política e de ideias bem liberais, que arrastou o governo de Yeda Crusius para sua maior crise”. Então, quando se usa a metáfora “HOMEM-BOMBA” para se referir ao vice-governador Paulo Feijó que, pelo que se lê na reportagem, está conseguindo detonar, destruir, estragar o governo da governadora como se ele fosse um terrorista infiltrado no governo, estando pronto para destruir a estrutura administrativa do governo a qualquer momento. Nesse caso, podemos considerar a metáfora tanto em seu sentido tradicional quanto sendo considerada como metáfora retórica.

**Reportagem: O homem-bomba dos pampas**

Quem é Paulo Feijó, o vice-governador do Rio Grande do Sul, um neófito em política e de idéias ultraliberais, que arrastou o governo de Yeda Crusius para sua maior crise.

Revista *Época*, 30 de junho de 2008

Essa conclusão se deve à analogia feita ao substantivo composto **HOMEM-BOMBA**, que significa homem suicida, que detona vários explosivos presos ao corpo em atitude terrorista contra partidários que sejam contrários, política ou religiosamente, as suas convicções, pois há semelhanças entre o termo e as atitudes do vice-governador.

O termo “DOS PAMPAS” é uma referência clara aos habitantes do estado do Rio Grande do Sul, pois é um estado conhecido por possuir grandes campos de uma vegetação conhecida como pampas que representariam a grande planície coberta de vegetação rasteira, que se desenvolve em todo o seu território também chamado de “PAMPAS GAÚCHOS”.

Observamos que o título possui a metáfora retórica “**O homem-bomba dos pampas**” extremamente persuasiva que se apoia em analogias e resume coerentemente o que falará em preponderância no texto.

O fator surpresa da reportagem está no subtítulo e não no título e talvez esse seja seu maior argumento persuasivo. Quanto aos fatores argumentativos, estes podem ser encontrados: argumentos fundados na estrutura do real, ao utilizar “PAMPAS” em referência ao Rio Grande do Sul e “HOMEM-BOMBA” em relação ao vice-governador por levar o governo a sua maior crise e ser absolutamente contrário às ideias do governo.

O que se observa é que as opiniões mesmo em terceira pessoa procuram a crítica aberta como recurso persuasivo, por exemplo, ao finalizar a reportagem com o seguinte termo: “... o vice ranheta, o liberal reclama o que não tinha espaço ou influência, Feijó, por uma via inusitada, virou um dos protagonistas da política gaúcha”.

O texto inicial da reportagem apresenta a função persuasiva evidente porque instruiu por meio da argumentação, de maneira agradável, utilizando fatos reais fáceis de serem comprovados, partindo do aspecto racional e objetivo. Levemente, constata-se a função hermenêutica quando busca a atenção do leitor em relacionar a manchete ao subtítulo e por fim ao próprio texto para obter maior compreensão.

### **Considerações Finais**

Este trabalho teve o propósito de focalizar um *corpus* composto por reportagens que apresentassem metáforas, analogias e implícitos, pois evocam um trabalho de cognição e inferência complexas. Propôs-se detectar essas características como sendo um artifício fundamental à elaboração e à estruturação do texto que se apresenta persuasivo em caráter retórico-aumentativo.

A manchete da reportagem analisada cumpre o papel de atrair o leitor e faz a conexão entre as informações ofertadas pelo texto e as possibilidades de interpretação de que o leitor dispõe. Pode simplesmente servir como título nomeando o texto como também, pode antecipar o próprio texto sintetizando a ideia, o conteúdo, sendo complementado pelo subtítulo estrategicamente posto após sua escritura.

Como resultado registrado pela pesquisa, após a análise das manchetes que compõem o *corpus*, foi a função retórica persuasiva, aliada às características da função hermenêutica que prevaleceram, pois elas instruem por meio da argumentação de maneira agradável, apreciável com o objetivo de comover o leitor através da interpretação do texto.

## REFERÊNCIAS

ARISTOTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. 15ª ed. São Paulo: Ediouro.

BAHIA, Juarez. *As técnicas do jornalismo*. 4º ed. São Paulo: Ática, 1990.p.49-50.

KOCH, Ingedore Grunfeld Vilhaça. *Desvendando os segredos do texto*. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2005.

\_\_\_\_\_. *Argumentação e Linguagem*. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 1999.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros Textuais: O que são e como se constituem*. Recife: 2000.

\_\_\_\_\_. *Gêneros textuais configuração, dinamicidade e circulação*. In: KARWOSKI, A.M. et al. *Gêneros Textuais; reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória, PR: Kayganguê, 2005.

\_\_\_\_\_. *Produção Textual, análise de gêneros e compreensão*. 2ª ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. P. 173

MENDONÇA, Ricardo. *O homem-bomba dos pampas*. Como o iphone e os novos celulares vão transformar o nosso dia-a-dia. São Paulo, Época, 528, p. 60-61, 30 de junho de 2008.

MEYER, Michel. *A retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

MORAIS, Eduardo Pantaleão de. SANTOS, Maria Francisca Oliveira. *A metáfora retórica no gênero "Reportagem oral", no rádio Jornalismo Alagoano*. IN: MELO, Deywid Wagner de. SANTOS, Maria Francisca Oliveira (org.). *Retórica e Análise da conversação: um encontro possível*. Maceió: Edufal, 2011.

OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. 1943 – *Tratado de metodologia científica: projetos e pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses* – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

REBOUL, Olivier. *Introdução à Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RICOEUR, Paul. *A Metáfora Viva*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

SANTOS, Francisca Oliveira. *Gêneros Textuais: na educação de jovens e adultos em Maceió*. 2ª ed. Maceió: FAPEAL, 2004.

SARDINHA, Tony Berber. *Metáfora*. São Paulo: Parábola Editorial. 2007.

