

ARGUMENTAÇÃO E RETÓRICA
(ARGUMENTATION AND RHETORIC)

Coordenadora: Profª. Dra. Lineide do Lago Salvador MOSCA (Universidade de São Paulo)

Elaine Vincenzi SILVEIRA (PG - Universidade de São Paulo)

Káthia Kobl BENEDITO (PG - Universidade de São Paulo)

Marcelo SILVEIRA (PG - Universidade de São Paulo)

Márcia Regina Curado Pereira MARIANO (PG - Universidade de São Paulo)

Márcia SELIVON (PG - Universidade de São Paulo)

ABSTRACT: During the past few years the interest for the various discursive manifestations that seek support from the audience has been growing. Following this trend, the working group "Argumentation and Rhetoric" focuses on the three types of discourse – religious, pedagogic and journalistic – pointing the strategies that bring forward its inherent argumentative character.

KEYWORDS: rhetoric; argument; persuasion; adhesion; discourse.

0. Introdução

Partindo-se do princípio de que a argumentatividade está presente em toda e qualquer atividade discursiva, tem-se também como básico o fato de que argumentar significa considerar o outro como capaz de reagir e de interagir diante das propostas e teses que lhe são apresentadas. Equivale, portanto, a conferir-lhe status e qualificá-lo para o exercício da discussão e do entendimento, através do diálogo.

(Mosca, 2001: 17)

A preocupação com a arte de bem falar é remota, data da Antiguidade, na Grécia, em que já havia a preocupação em articular com habilidade as formas de argumentação. Contudo, embora a retórica já existisse, foi Aristóteles quem a sistematizou. Para Aristóteles, retórica é a *faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar a persuasão; e persuadir é aconselhar* alguém (*per + suadere* = aconselhar), sendo eficaz para que esse Outro aceite seu modo de ver o mundo.

Entretanto, a antiga retórica foi adquirindo um valor pejorativo e passou a ser vista pelas ciências como um recurso embelezador do discurso. Foi Perelman, nos anos 60, quem retomou os conceitos de Aristóteles e os acentuou, fazendo surgir a Nova Retórica. Ao ressaltá-la, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) revelam seu interesse e preocupação no que toca o âmbito da argumentação, buscando-a no *provável*, no *verossímil*, e não mais na demonstração lógica.

Esses mesmos autores salientam a questão da eficácia como fundamental à Nova Retórica, dependendo do modo como o discurso for articulado pelo orador e da

adesão obtida, visto que não há argumentação sem auditório. Para isto, conceituam o auditório como *conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação (id.:22)*.

Sendo assim, podemos dizer que a Nova Retórica representa muito mais do que o renascimento da arte do pensamento focalizada por Aristóteles e menosprezada por gerações seguintes de estudiosos da linguagem. De fato, a Nova Retórica representa a aproximação da questão da argumentatividade à realidade dos falantes, visto que o componente argumentativo passou a ser observado em todas as situações comunicativas, ou seja, a argumentação mostrou-se um componente intrínseco à natureza da linguagem e, mais especificamente, à interação verbal.

Nesta direção, o conceito de *retórica* como *persuasão* foi dando espaço para uma concepção discursiva, segundo a qual a retórica se realiza no diálogo entre sujeitos e aparece como o lugar da *opinião*, da *negociação* e da exposição de diferentes *juízos de valor*.

Diante destas colocações iniciais, - e aceitando o fato de que nenhum discurso é neutro, mas, antes, é inerentemente argumentativo, - este Grupo de Trabalho se propõe observar a presença de estratégias argumentativas em três modalidades discursivas: no discurso religioso, no discurso escolar e no discurso jornalístico, tendo como base teórica os estudos neo-retóricos da teórica da Argumentação.

Constituído por pesquisadores envolvidos em projetos de pesquisa no campo da argumentação e retórica, este grupo tem como objetivo geral assinalar mecanismos discursivos - lingüísticos e/ou paralingüísticos - de argumentação utilizados por diferentes oradores em situações de interação verbal também diversas. Nossa preocupação pressupõe também a produção do discurso, focalizando sua eficácia diante dos auditórios específicos.

Esperando, através destas reflexões, contribuir para as ciências da linguagem, - mais especificamente para os estudos sobre a argumentação, - passamos à apresentação das comunicações e dos resultados parciais obtidos em cada pesquisa.

1. Estratégias argumentativas em diferentes situações de discurso

Dando início às atividades do Grupo de Trabalho “Retórica e Argumentação”, o doutorando Marcelo Silveira apresenta alguns dados sobre a sua pesquisa referente ao discurso religioso. Em seu trabalho “O telespectador perante a ‘Graça de Deus’: procedimentos argumentativos de uma comunidade religiosa”, Silveira pretendeu detectar os procedimentos retórico-argumentativos mais profícuos em uma determinada pregação. Como *corpus*, selecionou-se um culto da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD) - e seus intervalos -, televisionado pela Redetv, canal 9, no ano de 2002.

Para Perelman (1997:57), a argumentação visa *obter ou aumentar a adesão de outrem*. Neste discurso religioso, pode-se considerar o próprio nome da Igreja (Igreja Internacional da Graça de Deus), que oferece a benevolência divina, a graça de Deus, para que a vida do futuro fiel melhore em seus aspectos financeiros e espirituais. Para reforçar esse argumento, uma estratégia eficaz é a consideração dos testemunhos,

apresentados no início e no meio do culto. Por meio deles, os fiéis contam as bênçãos alcançadas, para que o telespectador identifique-se com os depoimentos.

O pesquisador destaca em seguida que o Missionário R. R. Soares constrói seu *ethos* de acordo com os objetivos de seu trabalho: levar cada indivíduo a tomar posse das bênçãos prometidas pela Igreja. Segundo Maingueneau (2002:98) compõe o *ethos* os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (*pouco importa sua sinceridade*) para causar boa impressão: *são os ares que assume ao se apresentar*. Durante a pregação, em alguns momentos, o orador cria proximidade com o auditório, por exemplo, no início do culto. Valorizando o auditório, o Missionário valoriza seu próprio *ethos*, pois envolve de alguma forma a enunciação sem estar explícito no enunciado (*op.cit.*).

Entretanto, Silveira observa que, a partir do momento em que o Missionário pede que os presentes se associem à Igreja, há mudança no *ethos* do orador: o discurso torna-se mais áspero, direto, menos piedoso e paternal; usa-se o discurso direto, que, segundo Maingueneau (*id:* 142) cria autenticidade, distanciamento e autoridade.

Como complemento do processo de persuasão, durante a transmissão do culto há três intervalos, dos quais dois – o primeiro e o terceiro – são repetidos e versam sobre a programação do Missionário e da IGD, bem como sobre a bênção de ser associado. No segundo intervalo do culto, diferentemente dos outros, o Missionário faz a propaganda dos lançamentos de um livro seu e de 12 cd's, duas maneiras de propagar a ideologia da Igreja.

Assim, o auditório e o telespectador podem ser levados à ação de associarem-se à Igreja ou pelo menos darem seus dízimos, por terem recebido uma bênção ou para recebê-la.

Em seguida, a mestrandia Márcia Selivon apresenta sua comunicação “Um discurso religioso: valores, ideologia e estratégias argumentativas”, cujo intuito é detectar os valores que subjazem a determinado tipo de discurso. Como objeto de estudo, escolheu-se uma pregação do Apóstolo Estevam Hernandes no “Culto de Celebração da Família” da Igreja Renascer em Cristo (neopentecostal), realizado no dia 26 de maio de 2002 e transmitido ao vivo pelo rádio e pela televisão. O trecho selecionado refere-se ao momento dos testemunhos dos fiéis sobre as bênçãos alcançadas. Também faz menção a um fato ocorrido no mês de maio de 2002: duas capas da revista semanal *Época* denunciaram irregularidades da Igreja Renascer. Um jornalista, durante quatro meses, assistiu aos cultos e conversou com fiéis e ex-fiéis, obtendo informações para elaborar as matérias.

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), o orador deve considerar a presença do auditório, em relação ao qual o princípio básico é o de adequação, tendo-se como finalidade não apenas convencer pelos raciocínios, mas persuadir com base na emoção, nas crenças e na ideologia. Assim, para persuadir, há que se considerar objetos de acordo para a adesão: os valores, as hierarquias e os lugares do preferível. Plantin (1996) afirma que, como a argumentação procura agir sobre os comportamentos, ela vai lidar com interesses, os valores e a subjetividade do alvo a ser persuadido. Tais valores, no discurso religioso em estudo, são expressos em oposição: Mal/Bem Pobreza/Prosperidade, ou seja, os valores preferíveis e os prejudiciais aos fiéis da Igreja.

No processo contra-argumentativo instaurado nesse discurso, o pregador se identifica com os valores que estão ligados ao Bem e à Verdade, opondo-se à jornalista da revista *Época* e ao Diabo, que defende valores como o Mal e a Mentira. O argumento *ad personam*, de acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (*id.*), é um ataque contra o adversário, visando essencialmente desqualificá-lo. A Igreja caracteriza a jornalista como mentirosa, identificando-a com as forças do Mal. Estabelece-se, portanto, um jogo maniqueísta: o Bem em oposição ao Mal.

Já, por meio dos testemunhos dos fiéis, são enaltecidos valores da sociedade capitalista como a compra de um carro importado, ascensão profissional, obtenção de um emprego (prosperidade). Perelman (*op.cit.*) chama de *lugares* as premissas de ordem geral que permitem fundar valores e hierarquias e que intervêm para justificar a maior parte de nossas escolhas; esses *lugares* são principalmente o lugar de quantidade e o lugar de qualidade.

Selivon destacou que, nos testemunhos, podem ser constatados esses dois *lugares*. O lugar de quantidade afirma que alguma coisa é melhor do que outra por razões quantitativas e aparece em dois testemunhos, que mostram que quanto maior é a quantidade das ofertas e dizimos, maior será a recompensa recebida por Deus.

Por outro lado, o lugar de qualidade valoriza o único, o raro. Note-se que as pessoas pertencentes à igreja e fiéis a Deus são consideradas especiais, tendo acesso à felicidade e à prosperidade em meio às mazelas da vida. Assim, um dizimista é escolhido dentre os vários candidatos a um emprego e outro tem acesso a um carro importado.

Dessa forma, a ideologia da Igreja Renascer se manifesta discursivamente como a fonte de todas as bênçãos, bastando, para isso, o fiel ser um contumaz ofertante e ter fé incondicional em Deus.

Por sua vez, a mestrandia Káthia Kobal Benedito tem introduzido questões relativas à argumentação no discurso escolar. Tendo como objetivo de sua pesquisa demonstrar a força persuasiva no discurso do professor, e como objeto de estudo um trabalho realizado com alunos da 2ª série do Ensino Fundamental de uma escola particular, a pesquisadora expõe a comunicação “A persuasão no discurso pedagógico”.

Neste trabalho, foram observados um auditório particular – a sala de aula – e uma situação específica de leitura da história *As sobrinhas da bruxa Onilda e Chapeuzinho Vermelho*, da autora M. Company e da ilustradora R. Capdevila. Constituem sujeitos da pesquisa a professora e os alunos, respectivamente designados no estudo como L1 e L2. Baseando-se em Meyer (prefácio à *Retórica das Paixões*, Aristóteles, 2000), Kobal lembra que este autor se preocupa com a relação entre o orador e o auditório, apontando para o fato de que o primeiro busca o assentimento do segundo através da utilização de técnicas retóricas. Desta forma, a argumentação se dá como *negociação*, concebida nos discursos e que resulta em adesão ou repulsa. Para Meyer, a ênfase é no processo de argumentação, em seu desenrolar, o seja, desde o momento em que a professora - L1 - inicia sua aula.

A partir deste ponto de vista, foi observado que L1 tinha como intenção conduzir L2 a uma mesma lógica. Com esta finalidade, L1 propõe que os alunos - L2 - disponham-se em roda no chão e utiliza diferentes estratégias argumentativas,

começando pela *actio*, - visto que se veste com capa, chapéu e varinha perante os alunos, assumindo o papel da personagem Fada Dudu. L1 busca, desta forma, aumentar a presença e realizar a comunhão com o auditório, como indicam os estudos de Perelman referentes às figuras de retórica e argumentação.

A pesquisadora aponta, ainda, para a utilização por L1 de outras formas persuasivas que levam à adesão e à aceitação de argumentos, como o monomatopéias. Já a figura do professor é tida como argumento de autoridade, visto que, normalmente, a criança tem o professor como modelo.

Reflete, ainda neste estudo, sobre a questão do *ethos* (imagem) de L1, observado a partir de seu discurso, bem como do timbre de sua voz, e de sua postura. Finalmente, a importância da fantasia, da imaginação, do prazer e da criatividade em aulas de leitura é ressaltada nesta exposição que indica, dentre outras direções, a necessidade de um equilíbrio entre razão e emoção, entre real e imaginário, no discurso do professor, para que este alcance o objetivo de persuadir seu auditório – os alunos – através da penetração da fantasia no mundo real e da conseqüente remodelação desta realidade.

Tendo em vista, ainda, o discurso escolar, a doutoranda Márcia Regina Curado Pereira Mariano dá seqüência à apresentação do grupo de trabalho expondo a comunicação “Usos e efeitos de estratégias argumentativas em avaliações no ensino superior”. Focalizando também a interação verbal professor/aluno, este estudo privilegiou a observação do discurso de alunos do curso de Letras em avaliações escritas, analisando, sobretudo, as estratégias argumentativas – em especial, as *figuras de retórica e argumentação* - utilizadas por esses sujeitos para convencer o professor a aceitar sua resposta como correta.

A autora lembra que, dentre os procedimentos argumentativos empregados com a finalidade de convencer o auditório, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) retomaram dos estudos aristotélicos o emprego das *figuras de retórica*. Considerando figura uma forma especial de falar, estabelece-se através de seu uso uma negociação da distância entre *expressão e conteúdo*.

Partindo desta orientação, as figuras de retórica não são consideradas apenas “ornamentos” sobrepostos à língua – relacionadas à velha noção de retórica como uma técnica de estilo “florido e vazio” - mas são formas diferentes de falar, de acordo com finalidades específicas.

Foi a partir desta (re)classificação perelmaniana, - bem como a partir de reflexões de Grize (1990), Ducrot (1988) e Mosca (2001), entre outros autores -, que se observou no *corpus* a utilização de estratégias argumentativas como a *repetição* e a *citação*, que apontaram para o fato de a avaliação não ser o espaço do *juízo certo/errado*, mas sim, do *ajustamento* entre professor e aluno, podendo-se considerar a *negociação* das distâncias entre esses sujeitos do processo educativo.

O *corpus* observado neste trabalho permitiu à pesquisadora analisar e refletir sobre um dos momentos em que professor e aluno mudam de posição discursiva: enquanto, durante as aulas expositivas, o professor assume o lugar de orador e dirige seu discurso aos alunos, - seu auditório -, durante a avaliação, temos o aluno como orador e o professor como auditório.

Através destas reflexões Mariano objetivou contribuir para as ciências da linguagem, - mais especificamente aos estudos sobre a argumentação - bem como, com a área da Educação e áreas afins, na medida em que aborda não apenas questões relativas ao discurso, como também questões sobre a relação professor/aluno e sobre o processo ensino/aprendizagem. Finalmente, a avaliação escrita figurou como um objeto concreto onde estas relações (meta) lingüístico-discursivas e intersubjetivas puderam ser observadas, e onde o próprio objeto, por sua (na maioria das vezes) obrigatoriedade e formulação, pôde ser repensado à luz dos princípios da argumentação.

Finalmente, a mestrand a Elaine Vincenzi Silveira expõe suas reflexões sobre o discurso jornalístico através da pesquisa “A intertextualidade na crônica jornalística: um estudo em Carlos Heitor Cony”, que constitui uma parte de seu trabalho, em andamento. Tem ele a intenção de afeir aspectos de intertextualidade, como procedimento retórico-argumentativo, na crônica jornalística.

Silveira lembra que a relação intertextual, do ponto de vista da argumentação, é capaz de produzir *efeitos de sentido*, legitimando o discurso e, conseqüentemente, obtendo a adesão do leitor. Com esta finalidade, a autora utiliza como fonte teórica os autores Perelman e Olbrechts-Tyteca, Meyer, Grize, Maingueneau e outros.

A partir de um *corpus* mais amplo, a pesquisadora selecionou para esta apresentação uma crônica de Carlos Heitor Cony, articulista da *Folha de São Paulo*, publicada no dia 10 de novembro de 2002, no caderno de Opinião.

Reconhecendo que não há discurso isento de intencionalidade, a autora lembra que falar de *intertextualidade* é reconhecer no texto a presença de um outro texto pré-existente, ou seja, o discurso do Outro anteriormente citado. Desta forma, a *intertextualidade* pode ser identificada pela presença de argumentos de autoridade, na forma de clichês, máximas, ditos populares e outros tipos de citação.

Através da análise do *corpus* Silveira observou que a intertextualidade que permeia a crônica de Cony tem caráter argumentativo. Prova disto são as referências históricas presentes no texto, que marcam o conhecimento enciclopédico do autor e sua intencionalidade. A partir do reconhecimento do leitor, o texto passa a ter uma dimensão dialógica, desconsiderando a leitura isolada e acatando a relação com demais textos.

Na análise que consta neste artigo enfatizou-se o dito popular *Quem paga o pato* que o autor intertextualiza com o título da crônica *Quem paga o pacto*, para criar efeito de sentido e, conseqüentemente, obter a adesão do leitor. Cony aborda o tema “pacto social” com visão crítica sobre o cenário brasileiro e trabalha com o efeito do jogo das palavras *pacto e pato*.

Silveira observou, portanto, que pelas estratégias lingüísticas, idéias e conhecimento enciclopédico, o cronista constrói o sentido do texto, estabelecendo relação dialógica com outros textos. Porém, tais pistas devem ser reconhecidas pelo leitor para que as intenções do autor atinjam seus objetivos – persuadir o leitor; caso contrário, a adesão é prejudicada.

Terminadas as exposições, abre-se um espaço para que o auditório presente possa dialogar e refletir com os pesquisadores sobre questões referentes à argumentação

e retórica. Ressalta-se, ainda, a importância destes momentos de interação acadêmica para o desenvolvimento dos estudos científicos.

2. Algumas considerações

Apesar do caráter parcial dos resultados obtidos até aqui nas pesquisas, foi possível ilustrar a presença da argumentação em diferentes situações discursivas. As estratégias argumentativas mostram-se como uma arma à disposição do orador para que ele consiga alcançar o objetivo de convencer seu auditório. Entretanto, observamos também que, mais do que *empersuação*, a argumentação implica em *negociação*, *ação* e *transformação*, através da exposição de diferentes pontos de vista.

Gríze (1990) ressalta esse caráter funcional, intersubjetivo e onipresente da *argumentação*, e nos indica que a adesão depende não apenas da eficácia do orador, mas também da interpretação do Outro, implicando em um processo de *ação* e *reação*. Acreditando nessa construção conjunta de significados, - e em possíveis argumentações e ações/reações que nossos trabalhos possam vir a suscitar -, esperamos, finalmente, ter colaborado, de alguma forma, com os estudos da linguagem, reconhecendo o fato de que ainda há muito para se observar sobre os procedimentos argumentativos presentes nos discursos em geral.

RESUMO: Nos últimos anos tem crescido o interesse pelas diversas manifestações discursivas que buscam a adesão do auditório. Seguindo essa tendência, o Grupo de Trabalho “Argumentação e Retórica” procurou refletir sobre três tipos de discurso, - religioso, pedagógico e jornalístico - apontando estratégias que evidenciam seu caráter inerentemente argumentativo.

PALAVRAS-CHAVE: retórica; argumentação; persuasão; adesão; discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d.
_____. *Retórica das paixões*. Tradução de Isis B. da Fonseca, São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.
- _____. e ANSCOMBRE, Jean-Claude. *L'argumentation dans la langue*. Bruxelles: Pierre Mardaga, 1988.
- GRIZE, J. B. *Logique e langage*. Paris: Orphy, 1990.
- KOCH, Ingedore G. V. *Texto e construção de sentidos*. São Paulo: Contexto, 1997.
- LANDOWSKY, Éric. *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha, 2ª ed., São Paulo: Cortez, 2002.
- MEYER, Michel. Prefácio in: ARISTÓTELES, *Retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p.XVII-LI.
- MOSCA, Lineide Salvador. “Velhas e Novas Retóricas: convergências e desdobramentos”, in: MOSCA, Lineide Salvador (org.). *Retóricas de ontem e de hoje*. 2ª ed., São Paulo: Humanitas, 2001.

PERELMAN, Chaïm *Rétóricas*. Trad. Maria Ermantina G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

____ e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado de argumentação – a Nova Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PLANTIN, C. *L'Argumentation*. Paris: Éditions du Seuil, 1996.