

## A lítotes como estratégia argumentativa

Noémia Jorge & Maria Antónia Coutinho

*Abstract: Known as a rhetorical figure of thought, litotes has been used since Antiquity as an argumentative strategy to emphasize discourse by negation. In this paper, we will be dealing with classical rhetoric's contributions and with theoretical advances in contemporary linguistic studies. By the analysis of the argumentative role of litotes in advertising, we want to bring to light its function as a text organization policy.*

Concebido, no âmbito da retórica, como “figure par laquelle on laisse entendre plus qu'on ne dit”<sup>1</sup>, o termo grego lítotes (λιτότης, ητος) remete para uma função comunicacional marcadamente argumentativa; com efeito, segundo a retórica clássica, a lítotes é considerada uma figura de pensamento que consiste na atenuação/abrandamento do que se afirma, através do reforço do significado.

Ao apresentar os princípios teóricos da retórica clássica, Lausberg (1967-1993:158) integra a lítotes na fase da *elocutio* (a expressão linguística dos pensamentos), classificando-a como tropo relacionado com a beleza da expressão linguística. De acordo com o autor, este procedimento retórico-estilístico traduz-se numa “ironia da dissimulação (...) com valor perifrástico (...), que consiste em obter um grau

superlativo pela negação do contrário (...): ‘não pequeno’ significa ‘muito grande’”. Entre outros, Lausberg apresenta os seguintes exemplos de lítotes:

- (1) οὐδ' ἀπίθησε διάκτορος  
(Homero, *Odisseia*, V,43 – Trad.: não lhe desobedeceu o mensageiro<sup>2</sup>)
- (2) ἐν τούτῳ οὐκ ἐπαίνῳ.  
(Paulo, *I Cor.* 11,22 – Trad.: Nisto, não vos louvo.<sup>3</sup>)
- (3) i) non ignoro (Quintiliano, XII, 10 – Trad.: não ignoro > sei)  
ii) non me fugit (Quintiliano, XII, 1 – Trad.: sei)  
iii) non me praeterit (Quintiliano, XII, 2 – Trad.: sei)

<sup>1</sup> Bailly (1950-1994), *Dictionnaire Grec-Français*. Paris: Hachette.

<sup>2</sup> Trad. Pereira, M. H. R. (*Hélade – Antologia da Cultura Grega* (1990-1995<sup>o</sup>). Coimbra: FLUC-IEC).

<sup>3</sup> Trad. Franciscanos Capuchinhos (Bíblia Sagrada (1998-2002<sup>4</sup>). Leiria/Fátima: Difusora Bíblica).

Rosado Fernandes, responsável pela tradução portuguesa da obra *Elementos de Retórica Literária*, completa os exemplos de Lausberg com excertos representativos da literatura portuguesa:

- (4) o que a allgũuns escrevendo não negou (Fernão Lopes, prólogo da Crónica de D. João I)
- (5) Ele partio ledto, sem ela ficar triste (Fernão Lopes, Crónica de D. Fernando)
- (6) nariz alto no meio e não pequeno (Bocage, Sonetos)

Depreender-se-á, através dos exemplos dados, que a nível estrutural a lítotes se apresenta geralmente como enunciado negativo, sendo que os exemplos retirados da língua grega (1) e (2) e um dos exemplos latino (3i) apresentam uma estrutura de dupla negação – constituída pelo advérbio de negação (oud’/ouk; non) e por verbos derivados por prefixação, sendo que os prefixos a- e i- remetem para a noção de privação/negação. Por outro lado, nos exemplos (3ii), (3iii), (4) e (6) a lítotes consiste em enunciados de negação simples (actualizados pelo advérbio de negação) e, no exemplo (5), numa negação implícita, marcada por uma proposição indicativa de ausência (sem).

Destaca-se, assim, a variedade estrutural de configuração da lítotes.<sup>4</sup>

Ainda que, tendencialmente, seja textualizada como um enunciado negativo, a lítotes pretende ser interpretada como um modo de afirmação (por meio da negação do contrário). Destaca-se, assim, a vertente ‘dissimuladora’ do tropo, na medida em que “on dit moins qu’ on ne pense; mais on sait bien qu’ on sera pas pris a la lettre; et qu’ on fera entendre plus qu’ on ne dit ” (Fontanier, 1968: 133<sup>5</sup>). O discurso do locutor obriga o interlocutor a deduzir uma proposição a partir de outra e a inferir informação a partir do conteúdo enunciativo e do saber compartilhado.

Para que o interlocutor consiga interpretar correctamente a inferência decorrente da *lítotes*, o contexto da situação e/ou o texto terão de fornecer-

---

<sup>4</sup> A variedade estrutural de configuração da lítotes é, no entanto, um aspecto polémico. Com efeito, Fontanier (*apud* Charaudeau, 2002: 346) considera a existência de lítotes sem negação explícita: “il est astucieux” (por “il est intelligent”); “c’est un bon travail” (em vez de “c’est un excellent travail”); também Maria Saraiva de Jesus (2001:151-155) admite que a lítotes pode assumir algumas formas positivas de atenuação (“gosto de ti” em vez de “amo-te”), considerando, no entanto, que a mais comum é a negação do contrário. Fiorin, por seu turno, considera apenas lítotes as oposições categóricas (com recurso ao enunciado negativo), encarando as outras como oposições graduais e designando-as, portanto, como eufemismos (2005:81).

<sup>5</sup> *Apud* Kerbrat-Orecchioni, 2002: 346.

lhe sinais que lhe permitam desfazer a ambiguidade que caracteriza esta figura de pensamento. Atenuando, a lítotes pretende conduzir a uma interpretação baseada na amplificação (por aumento) do que é dito. Relativamente ao exemplo (6), ao incluir no seu auto-retrato o verso “nariz alto no meio e não pequeno”, Bocage deprecia um dos seus aspectos fisionómicos, provavelmente não com o objectivo de se rebaixar, mas com a intenção de comentar ironicamente o tamanho do seu nariz.

Para além de ser uma figura de retórica recorrente na linguagem literária, a lítotes é vulgarmente usada na linguagem corrente, veiculando valores argumentativos específicos:

(7) Ele não é muito inteligente.

(8) Eu, o menos indicado para falar no assunto, considero que...

Nos exemplos (7) e (8) a lítotes é usada como um procedimento retórico atenuador ao serviço da polidez<sup>6</sup>, contribuindo eufemisticamente para a manutenção da harmonia entre interlocutores e a preservação das respectivas faces: em (7) funciona como estratégia de “boa educação”, abrandando o tom negativo do que é

dito; em (8), como estratégia de (falsa) modéstia. A modalização do discurso a que se assiste nestes casos parece estar directamente relacionada com as operações de cortesia, podendo aqui a lítotes ser entendida como um condicionamento ritualizado de *face working* – com efeito, “the use of a longer, marked expression in lieu of a shorter expression involving less effort on the part of the speaker tends to signal that the speaker was not in position to employ the simpler version felicitously.” (Horn, 1991, *apud* Wouden, 1997).

Há, no entanto, que fazer uma ressalva à identificação da lítotes como mecanismo ritual de cortesia. Apesar de poder ser geralmente conotado como procedimento retórico atenuador ao serviço da polidez, contribuindo para a manutenção da harmonia entre interlocutores e a preservação das respectivas faces e tendo um efeito atenuador relativamente à expressão que ‘substitui’, há situações em que o efeito de comparação por atenuação proporcionado por esta figura de pensamento parece surgir por razões outras que não a polidez:

(9) O teu irmão não é nada burro! [= é mesmo inteligente]

(10) Este vinho não é mau. [= é razoável / é bom]

---

<sup>6</sup> cf. Kerbrat-Orecchioni, 2002: 346.

Devido ao seu carácter depreciativo (cf. *understatement*), nos exemplos (9) e (10) a lítotes parece funcionar como um mecanismo de (des)responsabilização enunciativa, visando a moderação da afirmação.

Numa perspectiva semântica, uma das características da lítotes residirá no facto de esta poder permitir diversas interpretações, possibilitadas pela existência de ‘áreas cinzentas’ entre os extremos do dito e do interpretável, para o que parecem contribuir relações de antonímia distintas:

- (11) Este serviço não é grátis. [= Este serviço é pago.]
- (12) Não ligar ao colesterol não é insensato. [= Não ligar ao colesterol é (pouco, um pouco, ligeiramente, bastante, muito, muitíssimo) sensato.]

Em (11), a lítotes será equivalente, em termos de sentido, à construção positiva equivalente, o que se deve à existência de uma situação de antonímia binária complementar (a expressão “não é grátis” opõe-se a ‘pago’ – há apenas dois valores possíveis, não havendo hipótese de graduação).

Em (12), um caso litotético de dupla negação coadjuvado por um

processo de antonímia graduável, a lítotes não equivale, em termos de sentido, à construção positiva equivalente. Cria-se uma zona intermédia de significação “cujos pontos intermédios correspondem à combinação das unidades lexicais com os quantificadores *pouco, um pouco, ligeiramente, bastante, muito, muitíssimo, mais/menos...que, etc.*” (Campos & Xavier, 1991:237 e segs.).

Como já foi referido, a lítotes pretende ser interpretada como um modo de afirmação (por meio da negação do contrário), tendo um efeito atenuador relativamente à expressão que ‘substitui’. Dado que, devido ao seu carácter dissimulador, este dispositivo implica uma interpretação inferencial, serão o contexto da situação e o próprio texto os responsáveis pelo fornecimento de sinais que permitam desfazer a ambiguidade inerente a esta figura de pensamento.

Para uma análise do funcionamento especificamente textual da lítotes, importa começar por lembrar alguns dos aspectos do trabalho desenvolvido sobre negação, no âmbito dos estudos linguísticos – Ducrot *et al.*, 1980 e, sobretudo Ducrot, 1984 (retomados em Moreno, 2005). Como se sabe, Ducrot começa por distinguir dois tipos de negação (descritiva e

polémica), vindo posteriormente a opor à negação descritiva a metalinguística e a polémica (Ducrot, 1984: 217-218). A negação metalinguística opõe-se a um enunciado efectivamente produzido, não mantém os pressupostos e pode ter um efeito ‘majorante’. Vejam-se os exemplos (13) e (14)<sup>7</sup>:

- (13) O Pedro não deixou de fumar. [De facto, nunca fumou]  
 (14) O Pedro não é inteligente. [É genial]

A negação polémica, pelo contrário, contrapõe-se a um enunciador que é entendido como um ponto de vista e não coincide nunca, por isso, com o autor de qualquer discurso efectivo (Ducrot 1984: 217); além disso, a negação polémica mantém os pressupostos e tem sempre um efeito ‘minorante’. É o que ilustra o exemplo seguinte:

- (15) O Pedro não é inteligente.  
 [É (mesmo) burro]

O quadro seguinte mostra, de forma esquemática, uma análise dos fenómenos de lítotes, a partir da descrição da negação que acabámos de ver.

<b>Lítotes</b>	
O teu irmão <b>não é inteligente.</b> [é burro]	Efeito atenuador por polidez
O teu irmão <b>não é (nada) burro.</b> [é inteligente]	Efeito atenuador por outras razões
<b>Negação</b>	
Ducrot, 1972, 1984; Moreno, 2005	
? É um génio. <b>É (mesmo) burro.</b>	Efeito minorante – negação polémica
<b>É (mesmo) um génio.</b>	Efeito majorante – negação metalinguística

Procuraremos, a partir daqui, verificar o funcionamento descrito em dois anúncios publicitários – reproduzidos nos Anexos 1 e 2. O primeiro segmento do Anexo 1 deixa-se descrever em termos semelhantes ao que acabámos de fazer. De facto, seguindo o mesmo procedimento – isto é, fazendo um cálculo sobre enunciados passíveis de dar continuidade ao segmento em análise – podemos admitir que a ocorrência da negação possa desencadear tanto um efeito majorante como minorante:

Não ligar ao colesterol não é burrice.	<i>...não é burrice. [É inteligência]</i> Efeito majorante associado à descrição metalinguística
	<i>...não é burrice. [É pior/mais do que burrice]</i> Efeito minorante associado à negação polémica

<sup>7</sup> Os segmentos entre parênteses rectos correspondem a enunciados virtuais, que poderiam eventualmente dar continuidade ao enunciado em análise.

De facto, o percurso efectivamente proposto no anúncio em análise é o do efeito minorante, usando no entanto um recurso, se assim se pode dizer, imprevisível: em vez de se retomar o que quer que pudesse ser apresentado como [pior/mais do que burrice], recupera-se o que, em traços largos, pode ser entendido como fazendo parte do campo nocional<sup>8</sup> de colesterol (saúde/doença/morte):

Não ligar ao colesterol não é burrice. É [pior/mais do que burrice] suicídio.

É este mesmo mecanismo que se constitui como estruturador da globalidade do texto, envolvendo também os aspectos não linguísticos (característicos da publicidade): assim, pode constatar-se uma linha estruturada em função da 'burrice' (à esquerda, nos esquemas em baixo), e uma outra (à direita), que se desenvolve por deriva nocional, se assim se pode dizer (colesterol [doença, morte] suicídio, atentado)<sup>9</sup>. É o que a figura seguinte mostra, de forma meramente esquemática:



...não é burrice.	É suicídio
IMAGEM	O colesterol pode tornar-se um inimigo disposto a acabar consigo. E o pior é que não lhe faltam aliados: o tabaco, a vida sedentária e o excesso de peso são apenas alguns deles.
	O tratamento do colesterol poderá fazer a diferença no tempo que você vai viver e na qualidade da vida que vai ter.
	IMAGEM

<sup>8</sup> Referimo-nos aqui à noção de *noção* usada em lógica natural (Grize, 1990), que declaradamente retoma uma proposta de Culioli (1990: 50): "Les notions, (...) sont des systèmes de représentation complexes de propriétés physico-culturelles, c'est-à-dire des propriétés d'objet issues de manipulations nécessairement prises à l'intérieur de cultures (...)". Sobre a mesma matéria, veja-se ainda Rivière & Groussier, 1997.

<sup>9</sup> A distribuição dos elementos à esquerda e à direita pode ser analisada à luz da organização temática-remática - tal como é entendida em linguística sistémico-funcional, a incluir uma 'gramática visual'. Remetemos a este propósito para Leal, em curso.

O primeiro segmento do slogan do anúncio que constitui o Anexo 2 poderia (eventualmente) corresponder a um uso da lítotes com efeito atenuador:

Não é grátis. [É pago (bem pago/ mesmo bem pago)].

Não é esse o caso, como se pode verificar – e como seria de resto previsível, tendo em conta a inviabilidade de uma tal proposta, em termos publicitários. Para explicarmos o funcionamento do enunciado efectivamente produzido, será útil lembrar a noção de *topoi* proposta por Anscombe & Ducrot (1986)<sup>10</sup>: de forma muito resumida e simplificada, diremos que um *topos* corresponde a um princípio geral, partilhado numa determinada comunidade/cultura, que é posto em cena no uso da língua e a que se associam efeitos argumentativos específicos. Como afirmam os autores: “Choisir dans une situation donnée d’annoncer une phrase plutôt qu’une autre, c’est choisir d’exploiter dans cette situation certains *topoi* plutôt que d’autres.” (Anscombe & Ducrot, 1986: 88).

É então em função de *topoi* facilmente reconhecíveis na nossa cultura (grátis → mau, sem qualidade; pago → bom, com qualidade) que

podemos explicar o slogan do anúncio em causa, recuperando o raciocínio silogístico implícito:

Não é grátis [É pago]. [Se é pago, então] É bom

Tendo em conta o que foi anteriormente exposto, poder-se-á ainda perguntar se estamos perante um caso de negação metalinguística ou polémica. A questão seria irrelevante – se não permitisse mostrar, de forma exemplar, os limites da própria distinção. De facto, parece inquestionável que não há, neste caso, um discurso prévio efectivamente produzido – isso é, o enunciado em que ocorre a negação não surge na continuidade de um mesmo discurso nem constitui réplica (imediate) a uma intervenção de um outro interlocutor. Mas está presente um interdiscurso mais ou menos fielmente reconhecível (ou reconhecido): por exemplo, “O Clix custa nix”. É sabido que nenhum anúncio pode, de acordo com a legislação que regulamenta a actividade publicitária, referir de forma explícita o produto concorrencial. Mas o que se faz neste caso, de forma implícita, é desqualificar o(s) produto(s) concorrencial(ais), que não se paga(m), construindo a argumentação sobre o *topos* que valoriza o que se paga – como

---

<sup>10</sup> Sobre a teoria dos *topoi*, veja-se também Anscombe, 1995.

afinal aparece explícito, na conclusão do corpo do texto (cf. Anexo 2):

Não é grátis [É pago]. [O que é pago é bom]

Não é grátis [como outros]. É bom [melhor do que outros]

É bom. [Por isso / Por ser bom, é] A Internet que vale a pena pagar.

#### Referências bibliográficas

- Anscombre, J.-C. (dir.) (1995). *Théorie des Topoi*. Paris: Kimé
- Anscombre, J.-C. & O. Ducrot (1986). Argumentativité et informativité. In Meyer, M., *De la Métaphysique à la Rhétorique*. Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Campos, M. H. C. & M. F. Xavier (1991). *Sintaxe e Semântica do Português*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Charaudeau, P. & D. Maingueneau (orgs) (2002). *Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Seuil .
- Culioli, A. (1990). *Pour une Linguistique de l'Énonciation*. Paris: Ophrys.
- Ducrot, O. et al. (1980). *Les mots du discours*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Ducrot, O. (1984). *Le dire et le dit*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Ducrot, O. (1972). *Dire et ne pas dire*. Paris: Hermann.
- Fiorin, J.L. (2005). *Elementos de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto.
- Grize, J.-B. (1990). *Logique e langage*. Paris: Ophrys.
- Jesus, M. S. (2001). Lítotes. In *Biblos. Enciclopédia Verbo das Literaturas de Língua Portuguesa, 4*. Lisboa: Verbo, pp. 151-155.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2002). Litote. In Charaudeau, P. & D. Maingueneau (orgs), *Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Seuil, pp.346-348.
- Lausberg, H. (1967-1993<sup>4</sup>). *Elementos de Retórica Literária*. Lisboa: FCG (trad. Rosado Fernandes).
- Leal, A. (em curso). *A organização textual do género cartoon: aspectos linguísticos e condicionamentos não linguísticos*. Tese de doutoramento, em curso. FCSH-UNL.
- Moreno, A. (2005). *Aspectos da Negação em Português – Uma Abordagem Enunciativa*. Dissertação de Doutoramento. Universidade Nova de Lisboa.
- Rivière, C. & M.-L. Groussier (dir.) (1997). *La notion*. Paris: Ophrys.
- Wouden, T. (1997). *Negative Contexts: Collocation, Polarity and Multiple Negation*. UK: Roudledge.



Anexo 1



FCB

# Não ligar ao colesterol não é burrice. É suicídio.



O colesterol pode tornar-se num inimigo disposto a acabar consigo.

E o pior é que não lhe faltam aliados: o tabaco, a vida sedentária e o excesso de peso são apenas alguns deles.

**T**alvez você até já tenha ouvido falar do colesterol. Talvez tenha uma vaga ideia de que pode ser uma coisa muito má para o seu corpo. Mas uma vaga ideia não é suficiente quando se fala de um problema grave como este. A ignorância sobre o problema do colesterol contribui para que os ataques cardíacos e os chamados AVCs (acidentes vasculares cerebrais, vulgarmente conhecidos por trombozes cerebrais) sejam responsáveis por metade da totalidade das mortes anuais em Portugal. O nosso país é, inclusivamente, recordista europeu neste género de acidentes.

Mas não estamos aqui apenas para lhe dar más notícias. A boa notícia é que, se estiver bem informado, pode evitar ser mais uma vítima deste grave problema.

O colesterol pode tratar-se. E nós vamos explicar-lhe como.

**Mas o que é o colesterol?**

Bem, para responder a isso, vamos ter que pedir a sua paciência e falar um pouco em termos científicos. Não é nada assim tão complicado. Vale a pena (pode valer a sua vida) continuar a ler.

O colesterol, em si, não é todo mau. Trata-se de um tipo de gordura que desempenha um papel fundamental no nosso organismo. Ele é produzido no fígado, a partir dos alimentos que comemos. O colesterol e os triglicéridos (outra gordura) combinam-se com proteínas formando as lipoproteínas. Dá surgem as LDL (lipoproteínas de baixa densidade) e as HDL (lipoproteínas de alta densidade).

As LDL são o colesterol mau, responsáveis, quando anormalmente elevadas, pela maioria das doenças cardiovasculares pois, ao circularem na corrente sanguínea, podem agarrar-se às paredes das artérias, impedindo o fluxo normal do sangue.

Para que isso não aconteça, existem as HDL, o colesterol bom, que remove o colesterol em excesso do organismo.

Daí que, para não termos problemas, temos que controlar os nossos valores de colesterol mau e bom.

Vigiar o colesterol deve fazer parte da rotina de saúde de todas as pessoas. Jovens e idosos. Homens e mulheres. O mau colesterol não escolhe as suas vítimas.

A acumulação de colesterol nas artérias inicia-se, frequentemente, na adolescência e vai-se agravando. Os estudos mostram que os adultos com baixo nível de colesterol vivem mais tempo e com melhor qualidade de vida do que aqueles que têm o nível de colesterol elevado.

**Como tratar do colesterol?**

Algumas coisas podem ser feitas para tratar ou não agravar o problema. Por exemplo: fazer uma alimentação equilibrada e variada, com baixo teor de gorduras; manter actividade física regular e evitar o excesso de peso.

Mas não se iluda. Tudo isso vai ajudar, mas pode não resolver a questão. O desequilíbrio nos valores do colesterol pode acontecer por outros motivos, inclusive genéticos.

Felizmente, com o apoio da ciência, já existem medicamentos eficazes que ajudam no tratamento médico do colesterol.

O uso de alguns destes medicamentos pode reduzir também em 30% o risco de morte e eventos coronários em doentes de alto risco.

**O melhor é falar com o seu médico e investigar o seu caso.**

O tratamento do colesterol poderá fazer diferença no tempo que você vai viver e na qualidade da vida que vai ter.

Se quer saber mais sobre o colesterol, visite o site: [www.cholesterolonline.com](http://www.cholesterolonline.com)

**O colesterol tem tratamento. Consulte o seu médico.**

Uma campanha:

Apoio:




## COLESTEROL CUIDADO COM ELE.

Anexo 2


# NÃO É GRÁTIS É BOM


Netpac Go! O acesso à Internet que lhe permite navegar as horas que quiser com a máxima qualidade, rapidez e com custos telefónicos reduzidos, pois é abrangido directamente pelo serviço Yes.NET da PT. O Netpac Go coloca à sua disposição 2 caixas de correio, 5 MB de alojamento, possibilidade de criação on-line da sua página pessoal, garantia de entrega de mensagens de correio electrónico


(somente para mensagens trocadas em sistemas que suportem esta funcionalidade), personalização de mensagens de resposta e muitos outros benefícios. Pode optar por três tipos de carregamento: bimestral (5.900\$00), semestral (15.900\$00) ou anual (28.900\$00) e, a partir daí, pode passar as horas que quiser à frente do ecrã. Netpac Go! A Internet que vale a pena pagar.



Cada vez + a melhor Internet.



À venda nas lojas Telepac, Portugal Telecom e Agentes Autorizados. Para mais informações contacte  2000 79 ou [www.telepac.pt](http://www.telepac.pt)

 Multimedia