

Argumentação em géneros persuasivos

Rosalice Pinto

ABSTRACT: *The term argumentation from the theoretical perspective that we are adopting in this paper (Theory of Text from the perspective of Linguistics of Genres) has a complexity that has not been explored in the traditional textual linguistic perspectives. According to this approach, the purpose of this work is to analyse the way in which some argumentative strategies can be described in a specific textual genre: a political poster. To begin with, our first task will be to define the term argumentation in textual genre. Then, our second task is to demonstrate in which way the argumentation in textual genre can be textually described both from contextual elements and also from organizational, enunciative and stylistic aspects. This means that to analyze the argumentation in texts we cannot disregard the context aspects that are dynamically indexed to internal elements.*

1. Introdução

Este artigo, que segue o quadro teórico de uma Teoria do Texto, perspectivado numa Linguística dos Géneros (Rastier, 2001: 231), objectiva mostrar que a *argumentação*, estando inserida forçosamente em determinada prática textual, deve ser descrita tanto por aspectos contextuais quanto por elementos micro-macro textuais.

Ao se relevar a importância da dimensão contextual (sócio-histórica), forçosamente incorporada ao estudo da *argumentação* preocupamo-nos, neste trabalho, a descrever algumas estratégias argumentativas presentes em

um exemplar de género textual com carácter persuasivo: o *cartaz partidário*.

De forma a atingir o nosso objectivo, admitimos que um agente produtor, ao produzir determinado *texto empírico*, deve adoptar modelos de texto já existentes no arqutexto e adaptá-los, de forma mais ou menos criativa, em função de várias condicionantes da *actividade*, das próprias representações da *acção* (Bronckart, 1999 e 2004) que realiza, dos interlocutores, da finalidade a que se propõe. Sublinhemos que *géneros menos instituídos*, de acordo com Maingueneau (2005), seriam mais permeáveis à adaptação do que outros.

É exactamente face ao carácter dinâmico, social, interactivo da categoria género, que o seu estudo deve lidar com toda essa complexidade, evitando reducionismos de vários tipos, como menciona Maingueneau:

On s'accorde aujourd'hui à penser que la notion de *genre* joue un rôle central dans une analyse du discours qui vise à ne pas considérer les lieux indépendamment des paroles qu'ils autorisent (réduction sociologique), ni les paroles indépendamment des lieux dont elles sont partie prenante (réduction linguistique).

MAINGUENEAU (2004 :107) – grifo meu

A partir do pressuposto de que todo texto está *forçosamente integrado a um género*, procuraremos mostrar, a partir de uma metodologia descendente, privilegiada dentro do quadro do Interaccionismo Sociodiscursivo (doravante ISD), de que forma a escolha pelo agente produtor de determinadas *estratégias argumentativas* podem vir a ser influenciadas por aspectos genéricos.

De facto, ao fazermos as análises, consideramos que devemos, inicialmente, pontuar as *actividades de linguagem*. Em seguida, podemos passar aos textos - que são submetidos a coerções genéricas - e, por fim, conseguimos estabelecer a correlação dos textos com a língua – ou aos vários

recursos linguísticos /ou não-linguísticos que a materializam.

Na verdade, este trabalho, que recupera aspectos desenvolvidos na minha tese de doutoramento defendida em Outubro de 2006 (Pinto, 2006), dividir-se-á em duas partes:

Num primeiro momento, as noções de *argumentação no género* (ANG) e *género persuasivo* serão por nós apresentadas. Em seguida, procurar-se-á pontuar, em um cartaz político seleccionado (género textual com uma finalidade persuasiva clara), algumas estratégias argumentativas utilizadas – **anexo 1**.

2. Alguns aspectos teóricos relevantes

Como vamos analisar algumas estratégias argumentativas presentes em um certo género textual, devemos repensar o sentido que o termo *argumentação* assume nesta contribuição.

No escopo deste trabalho, o termo *argumentação* apresenta uma complexidade não descrita, ainda, tanto pela teoria ducrotiana da argumentação na língua, quanto por algumas perspectivas textuais que, com algumas especificidades, estudaram-na, sobretudo, como um dos vários tipos de sequências textuais (Adam, 1999 ou Bronckart, 1999). Consideramos que o

acto de argumentar, de forma a ter um efeito persuasivo, deve, evidentemente, ser descrito do ponto de vista linguístico e retórico, mas também deve estar relacionado às diversas práticas sociais em que está integrado. E é no intuito de tentar 'dar conta' da complexidade do *acto de argumentar* que definimos a *argumentação no género* (doravante ANG). Esta corresponde a todos os mecanismos plurissemióticos (verbais e não-verbais) presentes em textos que circulam nas diversas actividades sociais (e são por elas coibidos) com o objectivo de persuadir determinado interlocutor a perfazer determinado acto, aderir a uma ideia, ser convencido a agir de determinada forma.

E ainda face à grande variedade de géneros textuais que circulam socialmente, interesse-me aqui pelo estudo de um grupo específico de géneros textuais: os géneros persuasivos. Estes, como todos os outros, estão evidentemente integrados a *actividades de linguagem*. Contudo, eles apresentam certa especificidade. O aspecto persuasivo associado à funcionalidade está sempre presente e, além disso, quando da análise de textos que pertencem a estes géneros, a *argumentação* neles existente assume uma maior complexidade. Com isso, ela deve ser descrita a partir de aspectos

linguísticos/não-linguísticos (no caso de géneros plurissemióticos), retóricos (Ducrot, 2004: 33) e organizacionais que estão em constante interacção entre si e com outros elementos situacionais. Dentre os aspectos retóricos, devem ser ressaltadas as imagens do locutor (*ethos*) e do interlocutor (*pathos*) contruídas textualmente e que podem ser percebidas através das próprias estratégias linguístico-textuais seleccionadas pelo agente produtor. Na realidade, defendemos a tese da existência, no interior de cada texto inserido num género textual persuasivo, de uma argumentação complexa, dinâmica e, conseqüentemente, própria e diferenciada.

Ressaltemos que essa argumentação, por nós denominada *argumentação no género* (ou ANG), é uma categoria abstracta, assim como o próprio género, e só pode ser analisada no interior dos textos, através dos aspectos acima pontuados que traduzem uma finalidade persuasiva perceptível ao nível textual. Porém, para que essa face argumentativa dos textos seja inteligível, insistimos no facto de que não podemos fazer abstracção de aspectos contextuais. Para podermos dar conta do estudo da ANG do texto seleccionado, procederemos a um percurso descendente de análise. Este

passa dos componentes contextuais (*arquitextuais, intertextuais, metatextuais, discursivos, peritextuais, situacionais – época, lugar, instâncias interlocutivas, suporte material, finalidade*) e aos internos (*organizacionais, estilísticos e enunciativos*) – Pinto (2006: cap. 5).

Contudo, na análise de texto, limitar-nos-emos, a mostrar apenas alguns aspectos contextuais que nos pareçam mais relevantes para a descrição da ANG no exemplar de texto seleccionado.

3. Análise de texto.

O texto seleccionado para esta contribuição é um cartaz político que circulou durante as eleições para o Primeiro Ministro Português, em 2002, época em que os dois grandes partidos portugueses : o Partido Socialista (PS) e o Partido Social Democrata (PSD) lutavam por uma vitória.

Este texto pertence claramente ao género *outdoor político*. Nós, leitores, no contexto socio-cultural em que vivemos, podemos, ao observar um exemplar deste género, perceber claramente a finalidade a que se propõe: convencer os indivíduos a votar em determinado partido/candidato. E ainda temos condições de recorrer a modelos de textos estocados na nossa memória

(*dimensão arquitetual*) que trazem à tona algumas características essenciais deste género textual: utilização de fotos, recursos gráficos e tipográficos característicos, visando a persuadir determinado eleitor a uma ideia.

O exemplar de género em análise conjuga códigos semióticos diferentes: de um lado a fotografia do candidato do Partido Socialista e do outro uma unidade verbal “Coragem”. Na parte inferior do cartaz, há o símbolo do partido “a rosa”, acompanhado das iniciais do partido e do site.

Do ponto de vista *situacional*, podemos assinalar que existem elementos que constroem a materialização textual ao nível micro e macro. Por exemplo, o cartaz político circula em espaços bem restritos (auto-estradas, rotundas). Enfim, em locais pelos quais as pessoas passam rapidamente. Consequentemente, os enunciados verbais no cartaz devem apresentar uma pequena dimensão e devem ser de rápida leitura. Devido a isto, este cartaz, por exemplo, apresenta uma unidade verbal “Coragem” (situada estrategicamente na parte vermelha) que se distingue por sua dimensão e seu aspecto tipográfico.

Além disso, este texto tem uma *finalidade persuasiva* bem precisa: fazer com que o eleitor vote no Partido

Socialista. Mas como o carácter persuasivo deste texto, materializado por estratégias argumentativas várias, pode vir a ser descrito do ponto de vista linguístico-textual?

Do ponto de vista *organizacional*, constatamos que a unidade verbal “Coragem” pode vir a desencadear várias *argumentações externas*¹ possíveis :

(1)[Este senhor tem coragem, portanto ele vai conseguir um trabalho]

(2)[Este senhor tem coragem, portanto vai vencer os obstáculos]

(3)[Este senhor tem coragem, portanto tem condição de ser o Primeiro Ministro]

Ao se analisar as três continuações possíveis para o termo “Coragem” (associando-o, evidentemente à foto), observamos que a (3) seria a mais adequada.

Ainda este mesmo enunciado poderia associar-se a outras unidades textuais (iniciais do partido, símbolo, site) desencadeando, neste universo

textual outras *argumentações externas* possíveis.

Do ponto de vista *estilístico*, observa-se que os procedimentos não-verbais (cores, tipografia)² podem funcionar como *organizadores textuais*, uma vez que delimitam partes do texto. Por exemplo, pode-se pensar que a cor vermelha presente em terça parte do cartaz isola o argumento da tese (correspondente ao símbolo, às iniciais e ao site do partido). Esta última situa-se na parte verde inferior do cartaz. Da mesma forma, a tipografia da unidade “coragem” é completamente diferente das outras unidades. Isto a distingue como um argumento a serviço deste género textual.

Existem, ainda, alguns elementos não-verbais, de natureza diversa, que funcionam como *marcadores de ponto de vista* como a escolha do ângulo de tomada da fotografia, a selecção do vestuário (terno e gravata), dentre outros, faz que o leitor deduza, a partir do seu conhecimento de mundo, que trata-se de

¹ De acordo com Carel (2001: 10-21), ao se estudar determinada unidade lexical podem ser construídos dois tipos de argumentação: a *externa* ou a *interna*. A primeira corresponderia a possíveis continuações para o termo; já a segunda diz respeito à própria argumentação contida no próprio termo.

² Segundo Coutinho (2004: 295), os próprios géneros, em função das práticas em que inserem-se podem seleccionar e gerir unidades semióticas variadas (verbais ou não-verbais). E o texto empírico poderá reproduzir tanto características previsíveis pelo género quanto aspectos inesperados.

um candidato sério, próximo ao povo e aberto ao diálogo.

A partir da selecção dos constituintes dessas duas *componentes* (*organizacional* e *estilística*), podemos identificar o que denominamos *componente enunciativa*. Como observamos, há a preocupação do estrategista de marketing político de transmitir um *ethos* de credibilidade (mensagens icónicas produzidas – componente estilística) e, ao mesmo tempo, um *ethos* “timidamente” moderno (presença do site do partido).

4. Considerações finais

A partir do levantamento de alguns componentes (*contextuais* e *internos*) podemos observar que este género textual é bem constringido por aspectos situacionais. Como observamos, a própria *finalidade persuasiva* a que textos pertencentes a este género textual estão atrelados ou, ainda, o *lugar* em que esses textos circulam, levam o responsável pelo marketing político do partido ao uso de estratégias verbais e não-verbais que induzem o leitor/eleitor a optar por um partido e agir votando. Dessa forma, os índices plásticos e icónicos, associados aos elementos verbais são de extrema relevância neste género textual,

actuando nas diversas componentes analisadas.

Referências bibliográficas

- ADAM, J. –M. (1999) *Linguistique textuelle: des genres de discours aux textes*. Paris : Nathan.
- BRONCKART, J. –P. (1999) *Atividade de linguagem, textos e discursos. Por um interacionismo sócio-discursivo*. São Paulo: Educ.
- BRONCKART, J. –P. (2004) Les genres de textes et leur contribution au développement psychologique. *Langages* 153, pp. 98-108.
- CAREL, M. (2001) Argumentation externe et argumentation interne au lexique. *Langages* 142, pp. 10-21.
- COUTINHO, A. (2004) Organizadores textuais – entre língua, discurso e gênero. In: F. OLIVEIRA & I.M DUARTE (orgs.). *Da Língua e do Discurso*. Porto : Campo das Letras, pp. 283-298.
- DUCROT, O. (2004) Argumentation rhétorique et argumentation linguistique. In M. DOURY & S.

MOIRAND (orgs.).
L'argumentation aujourd'hui.
Paris : Presses Sorbonne Nouvelle,
pp. 17-34.

MAINGUENEAU, D. (2004) « Retour sur une catégorie : le genre ». In. *Texte et discours : catégories pour l'analyse*. Dijon : Editions Universitaires de Dijon, pp. 107-118.

MAINGUENEAU, D. (2005) As categorias da análise do discurso. In. F.Menéndez (org.). *Análise do Discurso*. Lisboa: CLUNL/Hugin Editores, pp. 83-105.

PINTO, R. (2006) *Argumentação em gêneros persuasivos : um estudo contrastivo*. Dissertação de Doutoramento apresentada à FCSH-UNL.

RASTIER, F. (2001) *Arts et Sciences du Texte*. Paris : PUF.

Anexo 1



Outdoor partidário do PS – março de 2002