

Argumentação e Persuasão.

Benilde Terezinha Depubel¹
Alexandre Sebastião Ferrari Soares²

Resumo: O presente estudo discute a argumentação e a persuasão, valendo-se, para isso, de elementos da retórica, da filosofia, da análise do discurso e da própria teoria da argumentação. Para tanto, procuramos bases em Perelman (2005), Orlandi (1999), Koch (1996), Citelli (1991), entre outros.

Palavras chave: Argumentação. Persuasão. Retórica. Análise do discurso.

Abstract: This study discusses the argument and persuasion, it has been resorting to this, elements of rhetoric, philosophy, discourse analysis and the theory itself arguments. To this end, we seek bases in Perelman (2005), Orlandi (1999), Koch (1996), Citelli (1991), among others.

Introdução

A argumentação e a persuasão fazem parte do cotidiano, estando presentes em editoriais, discursos políticos, jurídicos, publicitários e até em alguns textos que se pretendem neutros, mas não resistem a uma análise que desmascare as idéias ali defendidas. É como explica Ingedore Koch (Koch, 2002, p.19):

Como ser dotado de razão e vontade, o homem, constantemente, avalia, julga, critica, isto é, forma juízos e valor. Por outro lado, por meio do discurso – ação verbal dotada de intencionalidade – tenta fluir sobre o comportamento do outro ou fazer com que compartilhe determinadas de suas opiniões. É por esta razão que se pode afirmar que o ATO DE ARGUMENTAR constitui o ato lingüístico fundamental, pois A TODO E QUALQUER MOMENTO SUBJAZ UMA IDEOLOGIA, na acepção mais ampla do termo. A neutralidade é apenas um mito: o discurso que se pretende “neutro”, ingênuo, contém também uma ideologia – a da sua própria objetividade. (grifos da autora)

¹ Professora PDE do Colégio Estadual Presidente Costa e Silva, Cascavel – Paraná.

² Professor Orientador – Unioeste – Cascavel - Paraná

Apesar dos textos argumentativos se exibirem continuamente aos nossos sentidos, quando analisamos redações escolares que propõem

argumentação e persuasão, constatamos a ocorrência de várias dificuldades. Tentaremos, portanto, superar algumas dificuldades no como dizer, de forma a conseguir a adesão do interlocutor, na esfera escrita.

Abraçamos a concepção de que a construção de um texto se dá pelo trabalho, e não por inspiração de entidades mágicas. Com esse entendimento, corrobora Citelli, no seu livro *O texto argumentativo* (Citelli, 1.994, p.78):

A nossa perspectiva foi a de conceber a linguagem como trabalho, daí a constância de termos como pesquisa, estudo, plano, escrita, reescrita. Feliz ou infelizmente, produzir textos exige tanto algum domínio do sistema expressivo como o envolvimento com as coisas do mundo. Por isso não se trata de algo fácil ou difícil, mas de um desafio que pode e deve ser vencido.

Não é de hoje que a argumentação e a persuasão despertam curiosidade e chamam atenção de pesquisadores. Já nos primórdios da civilização ocidental, era tradição que governantes e membros das famílias mais importantes de quase todos os povos ocidentais recebessem, como parte obrigatória de sua educação, instruções que possibilitassem a fala não só de forma correta, mas de maneira a tentar convencer, persuadir. Assim, os tribunos romanos ensaiavam seus discursos. Assim, Péricles, que chegou a ter o século V na Grécia nominado como o século de Péricles, aprendeu oratória com Anaxágoras. Da mesma forma, Cícero teve coragem de enfrentar o despotismo de Júlio César usando só a palavra. Lembrando Camões, a palavra com engenho e arte (Camões, *Os Lusíadas*, Domínio Público), pois ambos são necessários para gerar persuasão.

No Diálogo dos Oradores, de Tácito (apud Reboul, 2000, pág. 75), o mesmo aponta o declínio da oratória numa ditadura, no caso, da época dos imperadores. Protesta ainda pela sua desnecessidade em tal contexto, uma vez que não há debates para tomar decisões quando o déspota já faz isso. Também critica a artificialidade das condições de ensino da oratória. A respeito disso, Citelli (p. 67, 1991), assim se manifesta:

para existir persuasão é necessário que certas **condições** se façam presentes: a mais óbvia é a da **livre circulação de idéias**. Em uma ditadura, em um regime que censura, fica um pouco estranho falar em persuasão, visto que inexistem idéias em choque. Não há pluralidade de mensagens e, portanto, é

possível que o discurso nem chegue à sua fase persuasiva permanecendo nos mais baixos extratos civilizatórios. O discurso do tirano é único, daí se está recoberto de mentiras ou engodos, ninguém sabe, ninguém viu. Ademais **é freqüente nas ditaduras** a dispensa da sutileza da palavra e a **adoção do argumento do chicote**, da tortura, da pura violência física. (grifos nossos)

Contudo, será que as artes da persuasão, do convencimento só se desenvolvem em regimes democráticos, uma vez que os ditadores não precisam convencer? Parece que a história nos prova o contrário. A obra de Maquiavel, *O Príncipe*, é exemplo de como deve agir um ditador para dominar o povo. Benito Mussolini, ícone do fascismo, foi notável na sua oratória. Goebbels, ministro do povo e da propaganda de Hitler, tinha muitos dotes de oratória. Controlou todos os meios de comunicação, levando o povo alemão a apoiar o Fuher, cujo culto ele desenvolveu. As propagandas eram usadas com astúcia pelo ministro. Vejamos isso nas suas próprias palavras:

É esse o **segredo da propaganda**: atingir aqueles que a propaganda quer atingir, intoxicá-los com as ideias veiculadas sem que eles o notem. Claro que a propaganda tem um objectivo, mas esse **objectivo tem de ser tão bem camuflado que aqueles que o devem absorver não se apercebam** de nada. (grifos nossos).

Destarte, um marco que consideramos essencial para o desenvolvimento da arte da argumentação, se deu por Aristóteles, em sua obra *Arte Retórica* (apud Citelli,1991) que até hoje é texto basilar sobre o assunto. Que fator teria gestado uma obra de tal envergadura e **permanência, longevidade**? Qual conjuntura gestou a construção dessas reflexões? Talvez nunca tanto quanto na polis grega, na democracia onde poucos eram considerados cidadãos, tenha havido tanta necessidade de convencer, persuadir os concidadãos reunidos na ágora. Tal circunstância gerou o florescimento e desenvolvimento da oratória.

Da relevância do tema e seu domínio, nasceram obras várias sobre o assunto. Surgiram naquele contexto grupos antagônicos. Por exemplo, os sofistas afirmavam que o discurso não tinha por objetivo dizer a verdade, mas sim convencer, e isso merecia severas críticas de Sócrates e Platão.

Mesmo que nem sempre apresentemos o brilho que os tribunos ostentavam em seus discursos, a argumentação continua permeando o nosso cotidiano. A todo o momento nos esforçamos para convencer, argumentar e persuadir. Sendo esses processos uma via de mão dupla, da mesma forma somos assaltados pela mídia, por diversos organismos, tentando nos levar a aderir a inúmeras idéias, às quais abraçamos, e algumas vezes lutamos truculentamente por elas como se fossem nascidas do nosso íntimo. Isso é explicado pelos conceitos de formação discursiva e assujeitamento (Orlandi, 1999), conforme especificaremos no corpo deste trabalho.

É inconcebível uma cotidianidade sem que a persuasão e a argumentação participem dela. Das relações mais sublimes às mais comezinhas, se é que assim podem ser classificadas, sempre há o propósito de gerar persuasão. Exemplos: numa relação familiar: filho com a mãe, num idílio: o namorado com a namorada, no trabalho: patrão com empregado, torcedores de determinados times, e outros. Observe que a conjunção dos relacionamentos supracitados pode ser **com**, que foi utilizada, todavia também poderia ser **contra**.

É impressão que a relevância maior da Retórica esteja ligada ao fator hegemonia. Sempre há grupos opostos querendo dominar, e, aparentemente, a retórica tem sido tomada como estratégia de divulgação e perpetuação no poder de ideologias!

Este trabalho não tem compromisso com abordagem de gestos, expressões faciais, tom de voz capazes de gerar persuasão, pois prende-se sobretudo à escrita. Apesar de reconhecer a enorme importância de tais fatores, estabelece-se esta margem.

No diálogo, ou até, na polifonia deste estudo, procura-se fulcro principalmente nas vozes de Orlandi, Citelli, Perelman e Koch.

Fundamentação Teórica

Argumentação através dos tempos

A Retórica teria nascido em Siracusa, na Magna Grécia (sul da península itálica, colonizada pelos gregos) no século V antes de Cristo, hoje Itália. Um déspota chamado Trasíbulo cometeu diversas arbitrariedades e, ao cair do poder, deu oportunidade para o florescimento da arte de persuadir, haja vista que os cidadãos vilipendiados em seus direitos buscavam a justa reparação e, para apresentar e defender as causas necessitou-se de oradores habilidosos, como foram Tísias e Coráx. É deles o primeiro estudo escrito sobre Retórica do qual se tem notícia. Assim, a sistematização escrita da Retórica surgiu no campo jurídico e político. Se jurídico, logo comprometido com a justiça. E durante muito tempo, suscitou diversas polêmicas e debates a questão: Retórica deve se comprometer com a justiça, a verdade, ou ser apenas uma forma de gerar persuasão, sem se importar com a ética?

Os sofistas aprofundaram e desenvolveram os estudos da Retórica, notabilizando-se, sobretudo, Protágoras. Contra eles, decididamente Platão erguerá seu cajado. O filósofo de porte atlético e de ombros largos percebia a retórica em oposição à dialética e acreditava que oradores habilidosos usavam sua facúndia para mascarar a verdade, confundir as pessoas, manipulá-las e através da persuasão, acabar induzindo os cidadãos ao erro, causando conseqüências danosas à polis e, até mesmo, sua decadência. Assim, ele compactua com Citelli, quando o lingüista diz: “Persuadir, antes de mais nada, é sinônimo de submeter, daí sua vertente autoritária”, e continua esclarecendo a etimologia da palavra. *Persuadere*, aconselhar.

Outro fator que levava o filósofo atlético a fustigar a retórica era a sua crença numa verdade universal. Mas pode-se questionar: o que é a verdade? Através das épocas, diferentes pensadores deram significados diversos a essa palavra. Sem querer enveredar muito por essa discussão, são necessárias, no mínimo, algumas colocações: a primeira é se a ciência e a filosofia conseguem retratar a verdade. Como tal seria possível, se os signos de que se dispõe não logram êxito em expressar as idéias de forma unívoca e denotativa? Vejamos o que já dizia sobre isso Beccaria (2003)

Finalmente, é quase nula a credibilidade de uma testemunha quando se faz da palavra um delito, porque o tom, o gesto, **tudo o que procede e o que segue as diferentes idéias que os homens associam às mesmas palavras altera e modifica de tal modo as palavras de um homem que é quase**

impossível repeti-las exatamente como foram ditas.” (p.25)
(grifos nossos).

Pisando no mesmo terreno, Citelli (p. 32) afirma que o discurso persuasivo “se dota de signos marcados pela **superposição**. São signos que, colocados como expressões de “**uma verdade**”, querem fazer-se passar por **‘toda a verdade’**.”(grifos nossos). Jônatas Milhomem, citado por Zenni, afirma que “a ciência se contenta com a verdade relativa.” E o próprio Zenni ajunta que se luta por elevado grau de verossimilhança.

No primeiro prefácio da edição brasileira do *Tratado da Argumentação*, feito por Fábio Ulhoa Coelho, ele assevera que: as premissas da argumentação resultam de opiniões acordes do locutor com o auditório. Opina ainda que “o saber fundado em tais premissas pode ser verossímil ou não, mas nunca será verdadeiro ou falso.”

Tanto para os estudos literários como para a retórica, verossimilhante é aquilo que parece verdadeiro, coerente e com seqüência adequada dentro do quadro estabelecido pelo locutor.

A Retórica, desde seus primórdios, notabilizou-se por ser um saber de como fazer algo, como ter eficácia na arte de gerar persuasão, e não de avaliar atitudes, valores, que sempre foram parte da seara da Ética.

Não se pode olvidar que a Retórica é um instrumento, que pode ser eivado de péssimos conteúdos, perniciosos a quem se deixa persuadir, ou aos mais elevados e lídimos. Portanto, não se pode culpabilizar e sepultar a Retórica, quando o cerne da questão é o uso que se faz dela. A serviço de quem ela está sendo colocada!

Depois da retórica ser mal vista principalmente pela visão anti sofista de Platão, surge Isócrates, inovando no aspecto de tentar fazer uma abordagem mais completa, e de certa forma superando a dicotomia Retórica *versus* verdade. Costa (pág. 23) cita Tringali (1998), dizendo que “nas mãos de Isócrates a retórica se faz uma arte de bem pensar, bem viver, bem falar”.

Apesar da importância dada à retórica e ao ato de discursar em si se perder no tempo, foi Aristóteles quem contribuiu com o primeiro texto de maior significado e longevidade, sendo ainda fonte obrigatória de consulta, e não apenas pela importância histórica. Tanto que Adilson Citelli, em seu livro

Linguagem e Persuasão, elenca as partes do discurso na esteira de Aristóteles e as explica:

1. *Exórdio*. É o começo do discurso. Pode ser uma indicação do assunto, um conselho, um elogio, uma censura, conforme o gênero do discurso em causa. Para o nosso efeito 'consideremos o exórdio como a introdução. Essa fase é importante porque **visa a assegurar a fidelidade dos ouvintes**. Notem como age o padre num sermão. Normalmente ele diz: "Caríssimos irmãos, hoje iremos falar sobre.

2. *Narração*. É propriamente o assunto, onde os fatos são arrolados, os eventos indicados. Segundo Aristóteles: "O que fica bem aqui não é nem a rapidez, nem a concisão, mas a justa medida. Ora, a **justa medida** consiste em dizer tudo quanto ilustra o assunto, ou prove que o fato se deu, que constituiu um dano ou uma injustiça, numa palavra, que ele teve a importância que lhe atribuímos". É **propriamente a argumentação**.

3. *Provas*. Se o discurso haverá que ser persuasivo, é mister comprovar aquilo que se está dizendo. Serão os **elementos sustentadores da argumentação**. Esta fase é particularmente significativa no discurso judiciário.

4. *Peroração*. É o epílogo, a **conclusão**. Pelo caráter finalístico, e em se tratando de um texto persuasivo, está aqui a última oportunidade para se assegurar a fidelidade do receptor, portanto, mais um importante momento no interior do texto. A ela se referia Aristóteles: "A peroração compõe-se de quatro partes: a primeira consiste em dispô-lo [o receptor] mal para com o adversário; a segunda tem por fim amplificar ou atenuar o que se disse; a terceira, excitar as paixões' no ouvinte; a quarta, proceder a uma **recapitulação**" (grifos nossos).

Aristóteles em sua lição já colocava o esquema dos discursos até hoje utilizado pelos que necessitam falar em ocasiões mais formais! Perceba-se que a preocupação básica de Aristóteles é conseguir a adesão do ouvinte, em consonância com os teóricos mais modernos, como Perelman.

Outro aspecto relevante apontado por Citelli (1991), é Aristóteles ter alçado a Retórica à categoria de ciência. Conforme o autor (p. 10), "é um *corpus* com determinado objeto e um método verificativo dos passos seguidos para se produzir a persuasão."

Imprescindível ressaltar também que o filósofo de Estagira admite o uso da razão (*logos*) para gerar persuasão, sem contudo desprezar a emoção

(*pathos*) para a mesma finalidade. Valoriza ainda a imagem do orador (*ethos*) no mesmo intento.

A respeito do uso da emoção, Beccaria (2003, p. 24) filósofo, sociólogo e jurista, escreveu: "nos homens imitadores e escravos, fazem mais impressão as sensações do que os raciocínios."

Amossy (2008 p. 40) retoma as discussões de Aristóteles, o qual escreveu:

As provas produzidas pelo discurso são de três espécies: a primeira encontra-se no *ethos* do orador, a segunda no fato de colocar o ouvinte em certas disposições, a terceira, no próprio discurso (*logos*), uma vez que ele demonstra ou parece demonstrar.

Observe-se que a imagem do orador não é conferida apenas pelas palavras proferidas no discurso, mas também pela forma como toma a palavra, pela maneira de se vestir, por demonstrar ou não convicção naquilo que diz, por ser ou não humilde na sua disposição, e outros.

Quem toma a palavra se esforça por formar determinada imagem no auditório. Contudo, o *ethos* interpretado pelo auditório nem sempre corresponderá ao que o orador queria demonstrar, e ainda não se garante a coincidência entre a imagem feita e a real.

Sobre o mesmo jogo de imagens, Perelman estatui que: "A argumentação efetiva deve conceber o auditório (...) próximo da realidade."

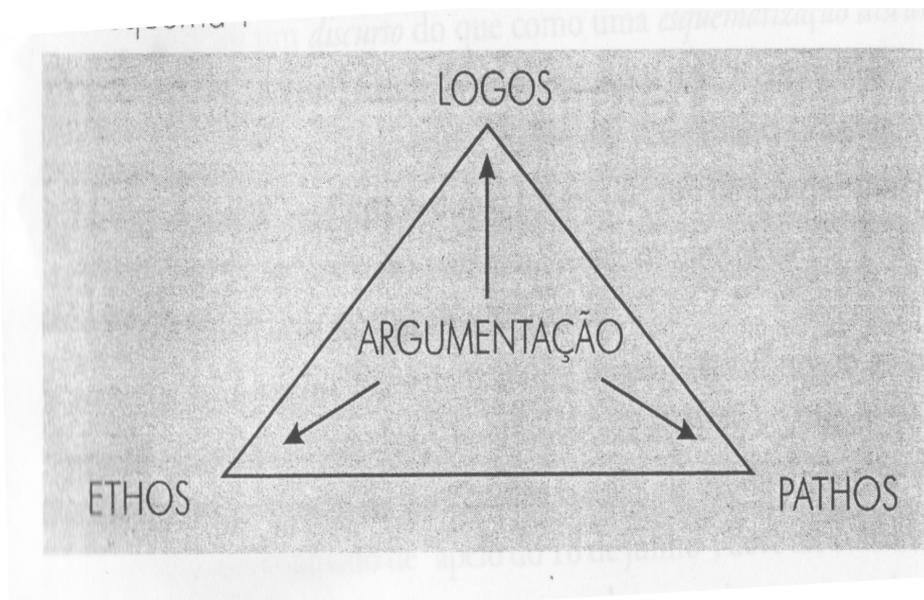
A seguir nos alerta das consequências devastadoras por se formar "uma imagem inadequada" do auditório. Exemplifica afirmando que "O que se disser a favor de uma medida, alegando que ela é capaz de diminuir a tensão social, levantará contra tal medida (...) os que desejam que ocorram distúrbios."

Devido a isso, o reabilitador da retórica vê a necessidade de conhecer aqueles "que se pretende conquistar". Solicita especial atenção sobre "as funções sociais cumpridas pelos ouvintes". Termina dizendo que as pessoas "costumam adotar atitudes ligadas aos papéis que lhes é confiado em certas instituições sociais."

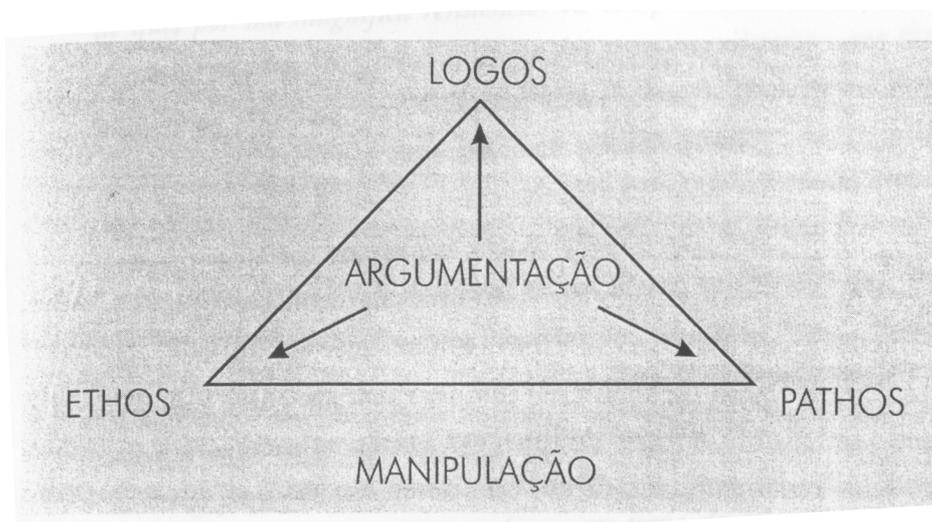
Confere elevada importância ao auditório e recorda que "os teóricos da retórica acreditaram poder distinguir gêneros oratórios pelo papel cumprido pelo auditório."

A mesma Amossy se refere então a “dois blocos de convicção” (p.40), e os elenca na página 41: O primeiro é Logos, bloco do qual fazem parte inferencial, raciocínio e argumentação. O segundo bloco descrito por ela é composto por *ETHOS*, que compreende habitus, virtude, caráter e *PATHOS* que compreende paixão, afeto.(grifos da autora)

Consideramos muito elucidativo incluir aqui o esquema elaborado por Amossy (p.94), a partir da triplicidade das provas considerada por Perelman, partindo ele das considerações de Aristóteles.



Segue a autora explicando que a manipulação precisa ser diferenciada da argumentação, e, segundo ela, “situa-se na base do triângulo, destruindo seu equilíbrio argumentativo.”. Raciocínio esse ilustrado na p 95:



Alguns marcos diferenciais

Koch (1996, p.121) diferencia convencer de persuadir, dizendo que o convencimento é dirigido a um auditório universal, enquanto que o ato de persuadir se dirige a um auditório particular. Convencer “se destina a provocar a certeza através da evidência pela **razão** (relações demonstrativas; implicação lógica entre as proposições). Já persuadir utiliza “argumentos que podem levar a inferências (mas não a verdades absolutas). As **relações argumentativas** dependem das **intenções** dos falantes e são sustentadas pelo princípio da plausibilidade.” (grifos nossos).

Aí encontramos uma definição importante, de que a argumentação depende da intencionalidade e é uma relação entre falantes, não se admitindo, portanto, falar em argumentação sem que esteja vinculada a determinada relação, que pressupõe intencionalidade. Não existe descolada da realidade! Neutra! Avulsa! Conforme Bakhtin (1986, p. 95)

não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes, triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial.

Perelman (2005, p. 30) afirma que:

Para quem se preocupa com o **resultado**, **persuadir é mais do que convencer**, pois a convicção não passa da primeira fase que leva à ação. Em contrapartida, para quem está preocupado com o caráter **racional** da adesão, **convencer é mais que persuadir**. (grifos nossos)

Portanto, o professor da Universidade de Bruxelas, esclarece que não há hierarquia entre convencimento e persuasão, mas apenas um deles pode ser considerado mais adequado de acordo com o objetivo do locutor. Logo, não há que se falar em subordinação, mas sim adequação.

O mesmo Perelman (p. 33) aponta ainda que o “matiz entre os termos convencer e persuadir seja sempre impreciso”

Ainda é necessário colher a contribuição de Tringali (1998), citado por Costa (2002), que oferece as seguintes explicações:

“1) **convencer** (cum + vincere) = vencer o opositor com sua participação, isto é, persuadir através de provas lógicas como indutivas (**exemplos**) ou dedutivas (**argumentos**).

2) **comover** (cum + mover) = persuadir através do **coração**.

3) **agradar** (placere = agradar; delectare = seduzir, encantar, deleitar). A persuasão ocorre quando o discurso, principalmente pelo estilo, toca a faculdade do **gosto, do prazer, do encanto**. (grifos nossos)

Das considerações acima, depreende-se que:

a) **Convencer** é domínio da **razão**, não apela aos sentimentos. Tenta-se convencer através de provas ou de argumentos. Para Koch, se a prova for apresentada é suficiente para convencer, Já o argumento só é aceitável, se a partir dele a conclusão for a almejada. Logo, ele depende do jogo de imagens, isto é, o locutor lançará mão de alegações que considera que convencerão o interlocutor, de acordo com a imagem que faz dele.

b) **Comover** se reduz ao **emocional**, exclui a racionalidade.

c) A **persuasão** precisa agradar, logo apela aos sentidos, pretende atingir o interlocutor através de **sensações**.

AFINAL, COMO PERSUADIR ?

Citelli (p. 36, 1991) entende que são os recursos retóricos que armam o discurso de “mecanismos persuasivos; o eufemismo, a hipérbole, os raciocínios tautológicos.”

Na mesma obra, Citeli p. 46, invoca Brown, classificando o livro *Técnicas de Persuasão*, deste último como um clássico. Faz também referência a esquemas básicos que a publicidade usa para convencer os interlocutores.

1. O uso dos **estereótipos**. São esquemas, fórmulas já consagradas. (...) A grande característica do estereótipo é que ele **impede qualquer questionamento** acerca do que está

sendo enunciado, visto ser algo de domínio público, uma **"verdade consagrada."**

2. A **substituição de nomes**. Mudam-se termos com o intuito de **influenciar positiva ou negativamente** certas situações. (...)

Os eufemismos se prestam muito bem como exemplificação deste caso.

3. **Criação de inimigos**. O discurso persuasivo costuma criar inimigos mais ou menos imagináveis.

4. **Apelo à autoridade**. É o chamamento a alguém que **valide** o que está sendo afirmado.

5. **Afirmção e repetição**. (...) No primeiro caso, a **certeza**, o imperativo: a dúvida e a vacilação são inimigas da persuasão. No segundo caso, repetir significa a possibilidade de aceitação pela **constância reiterativa**. Goebbels, o teórico da propaganda nazista, apregoava que uma mentira repetida muitas vezes era mais eficaz do que a verdade dita uma única vez. (grifos nossos).

Perelman (2005) lembra que “para argumentar, é preciso ter apreço pela adesão do interlocutor, pelo seu consentimento, pela sua participação mental”. Alega ainda que algumas vezes é um privilégio ser alguém com quem os outros discutem. Reforça que é necessária modéstia quando se quer convencer alguém, e que “não é pouco ter a atenção de alguém”, pois aquele que ouve, abre espaço para argumentação, diferente de quem se recusa a ouvir.

Define auditório como “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação”, podendo ser considerado auditório também os leitores de um discurso.

A persuasão é tão determinada pela cultura, que Perelman declara que “mais que do seu caráter pessoal, as opiniões de um homem dependem de seu meio social, de seu círculo, das pessoas com quem convive”. Com essa preleção, o belga se aproxima de Orlandi (1999), que explica o conceito de formação discursiva: “aquilo que (...) a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada—determina o que pode e deve ser dito”.

Proximidade também acontece também quando a mesma enuncia o assujeitamento. Só pensamos como pensamos, acreditamos no que cremos e assim por diante por sermos sujeitos assujeitados, prisioneiros da nossa época, contexto, condição social.

No terreno das premissas da argumentação, Perelman refere ser necessário fazer um acordo com o auditório., partindo de valores que seus membros tem por verdadeiros .

Quando se antevê num auditório heterogêneo, Perelman sugere que o orador se socorra de argumentos múltiplos, para conseguir a adesão do mesmo. Cita o parlamento como local em que “os elementos do auditório heterogêneo são facilmente discerníveis”.

O provérbio constitui um importante ponto de acordo. Nessa categoria o autor inclui ainda *os slogans* , as palavras de ordem. Ressalta ainda a ordem imperativa das máximas, e credita parte da sua imperatividade ao ritmo.

Profícuas na luta pela adesão do interlocutor são algumas figuras , arroladas e definidas por Perelman: **perífrase** (sinédoque, antonomásia, metonímia) , **antecipação, retificação, correção. onomatopéia, repetição, sinonímia, alusão, citação, apóstrofe, interrogação oratória, procurar o orador confundir-se com o auditório, ironia, comparação, argumentação do sacrifício, pragmático, autoridade, exemplo, analogia.** (grifos nossos).

CONCLUSÃO

A linguagem é um pharmakon. a argumentação e a persuasão também o são. No diálogo Fedro, Platão fez essa relação do pharmakon com a linguagem, Chauí (1999), traduz essa palavra como tendo três significados principais: remédio, veneno e cosmético. Talvez se pudesse traduzi-la então como poção.

Estabelecemos esse paralelo por entender que a argumentação e a persuasão podem ser usadas como remédio, por exemplo para persuadir alguém a cuidar do meio ambiente ou a manter a sua vacinação em dia. Também pode ser usada para levar pessoas a agir sem senso crítico, a envidarem esforços contra si mesmas, a entregarem doações a pessoas ou instituições que exploram a boa vontade e ingenuidade populares.

Argumentação e persuasão podem ser tijolo e argamassa de um edifício sólido e prodigioso ou de uma armadilha onde capitularemos!

O locutor de um discurso persuasivo pode se comportar insidiosamente ou pedagogicamente. Cabe ao interlocutor, separar a ganga do mineral precioso!

Conhecer as técnicas de persuasão não faz com que se esteja blindado contra elas, mas é importante contribuição no sentido de trazer à tona aquilo que está materializado na linguagem e muitas vezes passa despercebido.

No diálogo, a argumentação leva a conhecer novas formas de pensar e oportunidade de reelaborar conceitos e atitudes, portanto é uma oportunidade de aprendizagem e amadurecimento! Da mesma forma que atinge objetivos elevados, pode ser usada para dominar.

Assim, determinada casta faz as leis, enquanto os outros devem obedecê-las, outros ainda encontram formas de adaptá-las aos seus interesses!

Para Perelman, uma só espécie de argumentação confere sentido à liberdade humana:

“Apenas a existência de uma argumentação que não seja nem coerciva, nem arbitrária, confere um sentido à liberdade humana, condição de exercício de uma escolha racional.”

Referências

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1986.

BECCARIA, Cesare Bonesana, Marchesi di, 1738-1794 **Dos delitos e das penas**. Tradução Maurício Barca; revisão da tradução Camila de Souza Olivetti_Diadema, SP: Germape, 2003, 88 págs.

CAMÕES, Luiz Vaz de. **Os Lusíadas**.

<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000162.pdf>, acessado em 31/10/2009

COSTA, Terezinha da Conceição. **Argumentação e Escrita**. Dissertação de Mestrado.UEL.Londrina, 2002

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. Editora Ática, 11ª edição. São Paulo. 1999.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. São Paulo, Ática, 1991

DISCURSO de Goebbels, acessado em 10/10/09,

http://corvobranco.tripod.com/ht_goebbels.html

COSTA, Terezinha da Conceição. **Argumentação e Escrita**. Dissertação de Mestrado.UEL.Londrina, 2002

KOCH, Ingedore. **A argumentação pela linguagem**. 4ªed. São Paulo: Cortez, 1996

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso, Princípios&Procedimentos**. 3ªed. Campinas: Pontes, 1999

PERELMAN, Chain. **Tratado da argumentação: a nova retórica** /Chain Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca; tradução Maria Ermantina Galvão- 2ª ed.- São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**: tradução Ivone Benedetti- São Paulo: Martins Fontes, 2000

ZENNI, Alesandro V. **A prova no processo de trabalho**. Curitiba: Juruá, 1999