

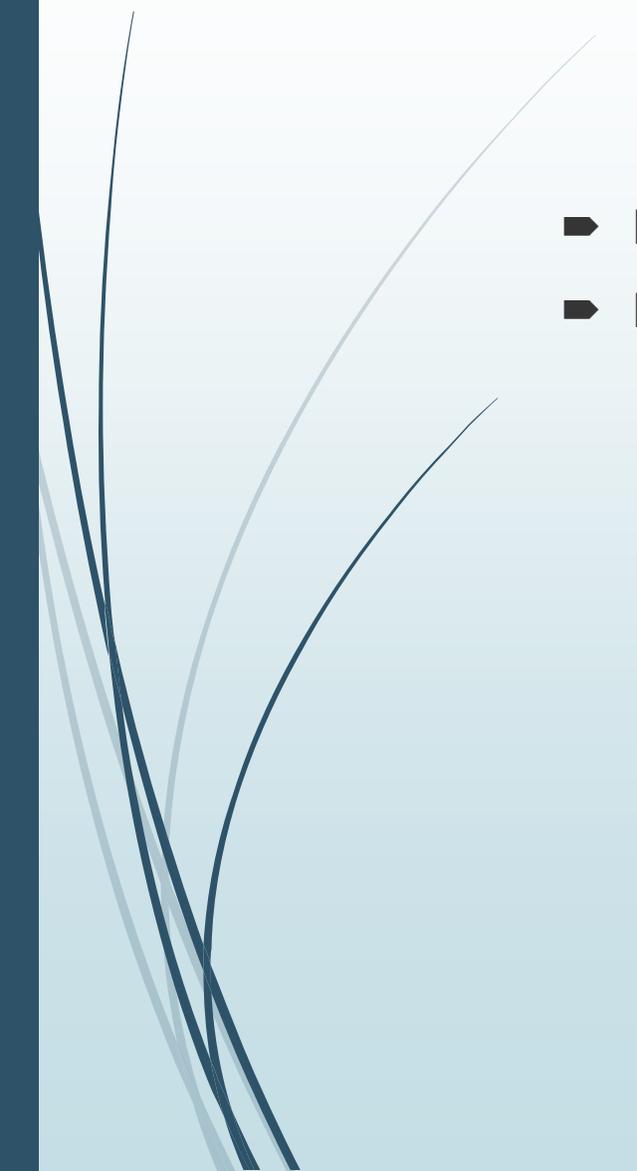


# LINGUAGEM E PERSUAÇÃO

Adilson Citelli



# Informação sem persuasão?

- ▶ Existe informação neutra?
  - ▶ Existe informação sem persuasão?
- 



# Informação sem persuasão?

- ▶ O elemento persuasivo está colado ao discurso como a pele ao corpo.
- ▶ Neste livro:
- ▶ Situar a história da persuasão;
- ▶ Revelar certos mecanismos persuasivos no interior do discurso verbal.

# A tradição retórica

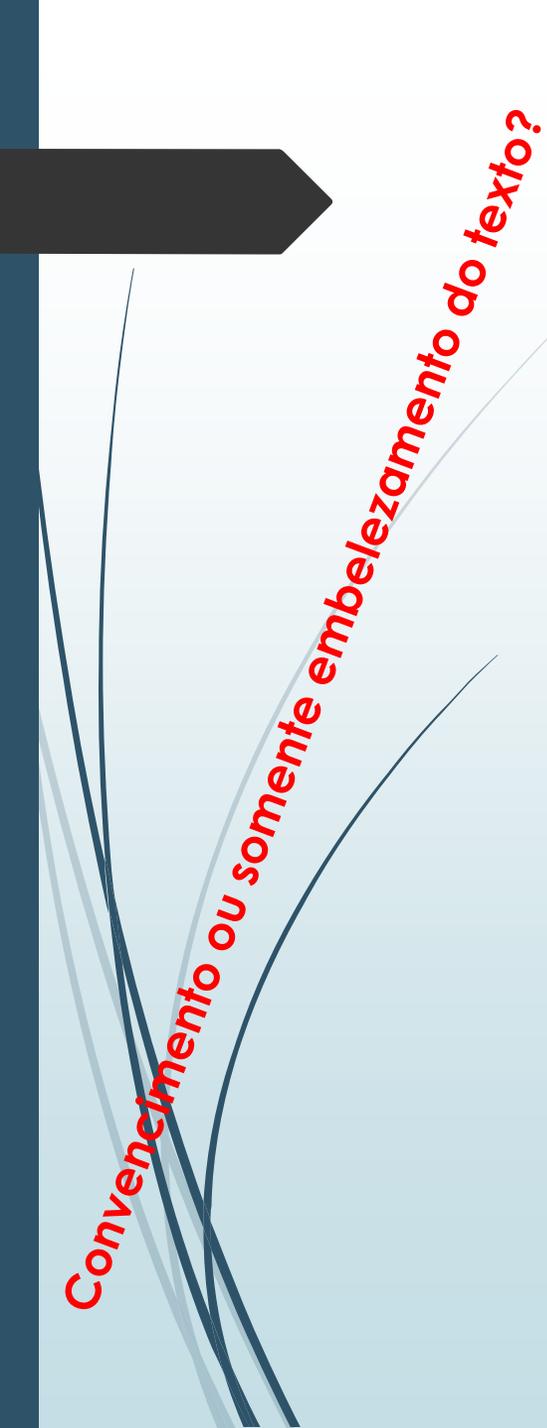


Demóstenes

- ▶ Persuasão implica retomar a tradição do discurso clássico, já que a preocupação como domínio da expressão verbal nasceu entre os gregos.
- ▶ Ao homem grego cabia manejar com habilidade as formas de argumentação (Demóstenes, Quintiliano e Górgias foram alguns desses nomes que ficaram célebres pela habilidade com que encaminhavam suas lógicas argumentativas).
- ▶ A relação dos gregos com o discurso: criação de disciplinas que melhor ensinassem as artes de domínio da palavra: a eloquência, a gramática e a retórica.



Quintiliano

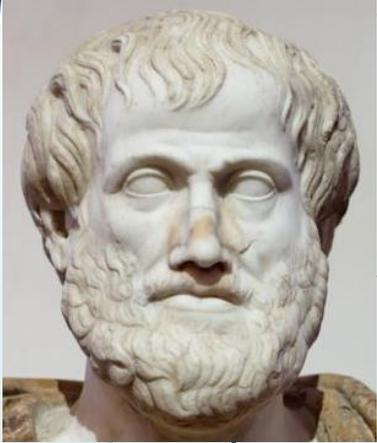


# A tradição retórica

- Retórica = disciplina que cuidava da harmonia entre o ato de falar e ser convincente e elegante, unindo arte e espírito ao gosto da cultura clássica.
- Cabe à retórica mostrar o modo de construir palavras visando convencer o receptor acerca de dada verdade.
- Porém, a retórica foi sendo transformada em mero sinônimo de recursos embelezadores do discurso. Ou seja, tomou um tom pejorativo como ato de enfeites dos discursos (próprio dos parnasianos).

*Convencimento ou somente embelezamento do texto?*

# A tradição retórica: a retórica clássica



Aristóteles

À retórica clássica era imperativo que certas camadas sociais dominassem as regras e normas da boa argumentação.

O exercício do poder, via palavra, era ao mesmo tempo uma ciência e uma arte, louvado como instância de extrema sabedoria.



# A tradição retórica: a retórica clássica

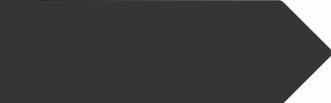
Cabe à retórica verificar quais os mecanismos utilizados para se fazer algo ganhar a dimensão de verdade, seja ele verdadeiro ou falso. É o ato de descobrir o que é próprio para persuadir.

As regras gerais a serem aplicadas aos discursos persuasivos são:

- a) Exórdio (Começo/Introdução);
- b) Narração (desenvolvimento/argumentação/ilustração);
- c) Provas;
- d) Peroração (Conclusão).

Vamos aos exemplos:





# A tradição retórica: a retórica clássica

a) Exórdio (Começo/Introdução)

Visa assegurar a fidelidade dos ouvintes

Exemplos: Caríssimos irmãos e irmãs, hoje iremos falar sobre...



# A tradição retórica: a retórica clássica

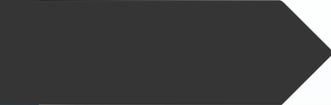
b) Narração (desenvolvimento/argumentação/ilustração);

Argumentação

O assunto, onde os fatos são arrolados, ou seja,

Deve ilustrar o assunto, levantar provas de que o fato se deu e que ele teve a importância que lhe atribuímos.

(Convencer...)



# A tradição retórica: a retórica clássica

## c) Provas

É necessário provar aquilo que se está dizendo.

São os elementos sustentadores da argumentação.



# A tradição retórica: a retórica clássica

d) Peroração

Conclusão

Pelo caráter finalístico, e em se tratando de um texto persuasivo, está aqui a última oportunidade para se assegurar a fidelidade do receptor.

Aristóteles dá a dica: dispor o receptor ao adversário; amplificar ou atenuar o que se disse; excitar as paixões no ouvinte, e, por fim, proceder a uma recapitulação. (RETOMADA PARA FINALIZAÇÃO PERSUASIVA).



# A tradição retórica: verdade e verossimilhança

Quem persuade leva o outro à aceitação de uma dada ideia.

**E A CONCORDAR!**

É possível que o persuasor não esteja trabalhando com uma verdade, mas tão somente com algo que se aproxime de uma certa verossimilhança ou simplesmente a esteja manuseando. Exemplo: fotoshop do peru Sadia do natal.

# A tradição retórica: alguns raciocínios

Que é evidente / Que é demonstrado e não se pode contestar.

São 03 os tipos de raciocínios humanos persuasivos:

- Apodítico: possui o tom da verdade inquestionável. A argumentação é realizada com tal grau de fechamento que não resta ao receptor qualquer dúvida quanto à verdade do emissor.

Ex: Zupavitin, a sopa que emagrece 1 quilo por dia.

Raciocínio implícito: Se você quer emagrecer, deve tomar Zupavitin.

# A tradição retórica: alguns raciocínios

O que é  
Dialética?

A arte  
do **diálogo**,  
de **debater**,  
de **persuadir**  
ou  
**raciocinar**.

- Dialético: busca quebrar a inflexibilidade do raciocínio apodíctico. Aponta-se para mais de uma conclusão possível, porém, o modo de reformular as hipóteses acaba por indicar a conclusão mais aceitável.

Ex: Você poderia comprar várias marcas de sabão em pó. Mas há uma que lava mais branco.



Hummm  
Sugestivo!



# A tradição retórica: alguns raciocínios

- Retórico: é capaz de atuar junto a mentes e corações, num eficiente mecanismo de envolvimento do receptor.
- Ou seja, o raciocínio retórico age pela persuasão através de argumentos e emoção.

Ex: Discurso de candidato político.

O candidato X deve merecer o seu voto porque é um democrata; realizará mais pelo bem comum, é amigo dos humildes, defensor dos desfavorecidos.

Argumento = uma afirmação acompanhada de justificativa.

Emoção = experiência subjetiva, associada ao temperamento, personalidade e motivação.



# Signo e persuasão



# Signo e persuasão: a natureza do signo linguístico

- ▶ Todo signo possui dupla face: o significante e o significado.
- ▶ O significante é o aspecto concreto do signo, é a sua realidade material, ou imagem acústica. (conjunto sonoro, fônico que torna o signo audível ou legível).
- ▶ O significado é o aspecto imaterial, conceitual do signo e que nos remete a determinada representação mental evocada pelo significante.

Exemplo 

# Signo e persuasão: a natureza do signo linguístico

SIGNO

Cabeça (Significante) = aspecto concreto; conjunto sonoro, imagem mental (perceptível – existente).



cabeça

Cabeça (Significado) = aspecto conceitual, abstrato, de conteúdo, abstrato. (ausente).

Portanto, significante + significado = significação.

Referente é a própria coisa em si, no caso, uma cabeça.



# Signo e persuasão: arbitrário, porém necessário

Emile Benveniste (linguista francês) diz que a relação entre palavras e coisas não está apenas determinada pela arbitrariedade (MESA é chamada de mesa porque se convencionou, não por ter uma outra razão), mas também pela necessidade de nomear as coisas.

As circunstâncias históricas, o mundo concreto, os anseios espirituais, ao longo de seus processos de desenvolvimento, foram criando necessidades de nomeação dos objetos.



# Signo e persuasão: signo e ideologia

O signo nasce e se desenvolve em contato com as organizações sociais. O signo, só pode ser pensado socialmente, contextualmente.

# Signo e persuasão: a troca dos nomes

NOMEAÇÃO DAS COISAS

Tudo tem um porquê...

Exemplo: Capitalismo e Regime de livre empresa (Qual a diferença?)

A diferença é que nos parece mais amena a expressão Regime de livre empresa do que Capitalismo que é um termo que nos remete, de certa forma, à exploração do trabalho do homem por outro homem.

Livre empresa = mais angelical

Capitalismo = mais radical, marcante, forte

Mas, no fundo, a empresa reveste-se totalmente de uma cultura capitalista, onde o importante é o lucro.

**Ou seja, uma das preocupações do discurso persuasivo é o de provocar reações emocionais no receptor.**



# Signo e persuasão: discurso dominante

## O DISCURSO PERSUASIVO E AS INSTITUIÇÕES

O discurso institucional é sempre persuasivo.

As instituições falam através dos signos fechados, monossêmicos, dos discursos de convencimento. Tanto instituições maiores – judiciário, igreja, escola – como as microinstituições – a unidade familiar, a sala de aula, etc.



# Signo e persuasão: o discurso autorizado

## O DISCURSO PERSUASIVO E AS INSTITUIÇÕES

Autorizado pelas instituições, o discurso se impõe aos homens determinando-lhes uma série de condutas pessoais.



# Modalidades discursivas

Modos organizacionais do discurso: o lúdico, o polêmico e o autoritário.

Discurso lúdico = a forma mais aberta e democrática de discurso. Há menos desejo de convencer.

O discurso lúdico compreenderia boa parte da produção artística, por exemplo a música e a literatura.

Discurso polêmico = Aumento do grau de persuasão. Conceitos enunciados são dirigidos como num embate/debate.

O discurso polêmico possui certo grau de instigação, visto apresentar argumentos que podem ser contestados. (Ex: discussão entre amigos, uma defesa de tese, uma aula, um juízo, etc.)



# Modalidades discursivas



Discurso autoritário = é a formação discursiva por excelência persuasiva. Total dominação pela palavra - “o mundo do diálogo perdeu a guerra para o mundo do monólogo”.

É na forma discursiva que o poder mais escancara suas formas de dominação.

É um discurso exclusivista, que não permite mediações ou ponderações.



## As modalidades discursivas apresentam, de modo geral, o seguinte esquema:

1. Distância: o falante é exclusivo. A voz do enunciador é mais forte do que os próprios elementos enunciados.
2. Modalização: uso imperativo e caráter parafrástico (argumentos).
3. Tensão: o emissor domina a fala do receptor. Eu impositivo, a voz de quem comanda.
4. Transparência: o enunciado deve ser mais facilmente compreensível pelo receptor. Grau de polissemia diminuído.

# Modos de textos persuasivos

## ► O texto (discurso) publicitário

O texto publicitário pode tender à busca de uma originalidade instigante, como se verifica em certos anúncios da Calvin Klein, ou repetindo esquemas estereotipados, como as propagandas de sabonete.

Ex: “Nove entre dez estrelas do cinema usam Lux”

Premissa maior: As mais belas mulheres (do cinema) usam Lux.

Premissa menor: Você é (ou quer ser) uma bela mulher.

Conclusão: Você deve usar Lux.



# Textos persuasivos

► Outro exemplo:

O Bond Boca descobre uma nova arma para vencer seus inimigos:  
(CEPACOL)

Inspirado no célebre agente inglês – James Bond

Bond Boca age contra o Gargantão, o Zé Cariado, o Bafo-bafo, todos capazes de contaminar a estabilidade do sistema bucal.



# Textos persuasivos

## ► Discurso Religioso



O Credo, ou Profissão de Fé, nos coloca frente à relação entre o homem, a fé e o dogma. Desprende-se de um plano terreno para uma dimensão de espiritualidade (Senhor Deus, da remissão, da salvação).

# Textos persuasivos

- Discurso do livro didático

São organizados em torno de temas como religião, riqueza, pobreza, felicidade, etc.

Prefende formar os “bons hábitos”, na criança.

## Palavras do autor:

São textos de “forja”, de artesanato da alma, de inculcação dos modelos que as classes dominantes determinaram como padrão de conduta.

Ex: A família perfeita / A adolescência que deve ser daquele jeito etc.





# Textos persuasivos

- ▶ Discurso dos justiceiros
- ▶ Gil Gomes
- ▶ Notícias populares
- ▶ Alto grau emotivo / carácter unidirecional da linguagem (somos somente receptores)

# Bibliografia



- ▶ BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. (Estuda a ciência da linguagem dentro de uma perspectiva sociológica. Enfatiza-se a passagem da dialética dos signos, particularmente do signo verbal. Bakhtin deseja integrar linguagem e ideologia).
- ▶ 1895 – 1975
- ▶ “Ser significa ser para o outro. E, através dele, para si”.



# Bibliografia



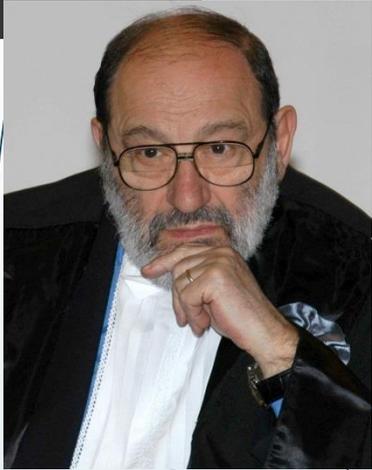
- ▶ BROWN, J. A. C. Técnicas de persuasão. (Atitudes são formadas e mudadas pela ação de um conjunto de técnicas propagandísticas que vão da publicidade à política).
- ▶ A persuasão oculta (discurso publicitário).

# Bibliografia

- ▶ CHAUÍ, M. Cultura e democracia. (O discurso competente – como os discursos institucionais-competentes ajudam na formação de um processo de dominação de massas).
- ▶ 1941 – até os dias atuais
- ▶ Filósofa brasileira



# Bibliografia



- ▶ DUBOIS, Jean et al. Retórica geral. (Reatualiza o conceito de retórica).
- ▶ ECO, Umberto; BONAZZI, Mansa. A estrutura ausente. (Mensagem persuasiva. Retórica e Ideologia). E, “Mentiras que parecem verdade (procedimentos persuasivos na construção do discurso didático)”.
- ▶ ORLANDI, Eni. A linguagem e seu funcionamento. (Análise de manifestações discursivas: pedagógico, religioso, jornalístico, etc.)





# Bibliografia



- REBOUL, Olivier. *O slogan*. (Impacto do *slogan* sobre o público. Relações existentes entre linguagem e ideologia).

Um **slogan** ou **frase de efeito** é uma frase de fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa.

Casas Bahia – Dedicção Total à você!

Ponto Frio – As melhores marcas e produtos!

- VOILQUIN, J; CAPELLE, J. Aristóteles. *Arte retórica e arte poética*. (Oferece aos estudiosos de linguagem importantes subsídios para uma melhor compreensão da estrutura do discurso).



# Alguns vídeos

- ▶ E o contrário? Como seria não conseguir se expressar adequadamente?
- ▶ <http://gnt.globo.com/programas/gntdoc/videos/2045329.htm>
- ▶ Retórica
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Zflrf2TE4xQ>
- ▶ O melhor discurso de todos os tempos
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=K2K9519Upes>