

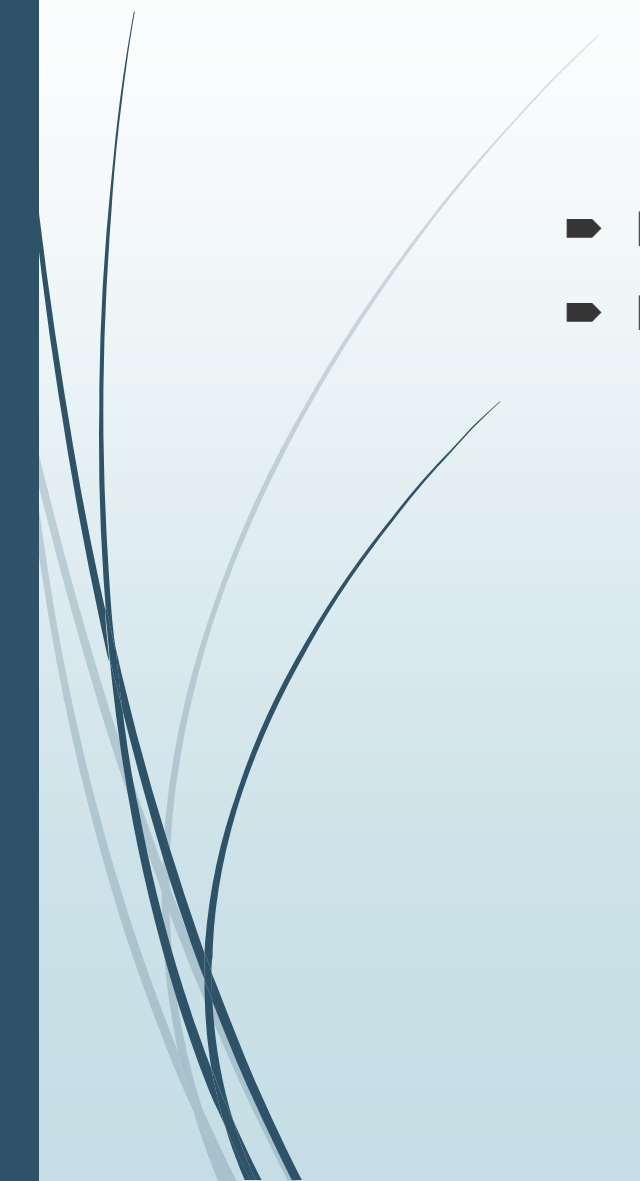


LINGUAGEM E PERSUAÇÃO

Adilson Citelli



Informação sem persuasão?

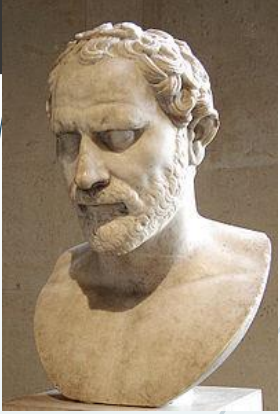
- ▶ Existe informação neutra?
 - ▶ Existe informação sem persuasão?
- 



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

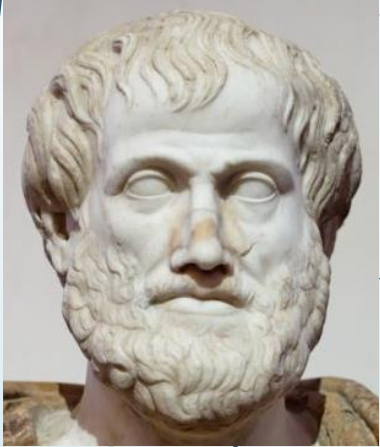


A tradição retórica

- 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 dark grey arrow points to the right from the left edge of the slide. Several thin, curved lines in shades of blue and grey originate from the left side and sweep across the slide towards the right.

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 apodítico. 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



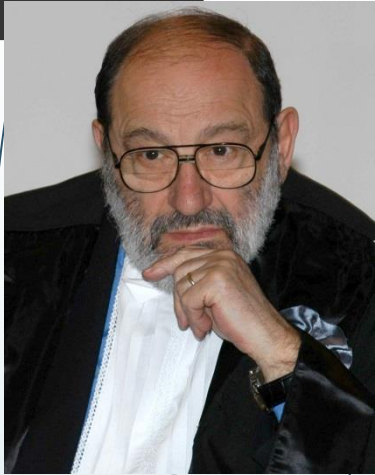
- ▶ BROWN, J. A. C. Técnicas de persuasão. (Atitudes são formadas e mudadas pela ação de um conjunto de técnicas propagandísticas que vão da publicidade à política).
- ▶ A persuasão oculta (discurso publicitário).

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>