

CHARAUDEAU, Patrick. A argumentação em uma problemática da influência. *ReVEL*, edição especial vol. 14, n. 12, 2016. Tradução de Maria Aparecida Lino Pauliukonis. [www.revel.inf.br].

A ARGUMENTAÇÃO EM UMA PROBLEMÁTICA DA INFLUÊNCIA

Patrick Charaudeau¹

patrick.charaudeau@free.fr

RESUMO: Este artigo se propõe a inserir as questões de linguagem – e de discurso - em uma problemática da influência psicológica e social, sobre a qual existe uma variada literatura, mas não referente às ciências da linguagem. Isso pressupõe que a análise do discurso se desenvolve de forma interdisciplinar e que as categorias definidas para as descrições da língua devem ser redefinidas. Sob vários aspectos, é preciso tratar as questões da argumentação como uma prática social em que é necessário determinar as condições da enunciação, os jogos de manipulação nas trocas de linguagem, operadas em conjunto pelos participantes do ato de comunicação. Uma questão importante que envolve a inserção da argumentação em uma problemática da influência reside no fato de que não há mais razão para separar análise da argumentação e análise do discurso. A primeira está incluída na segunda como uma forma de se proceder à análise de todos os processos discursivos envolvidos na coconstrução do sentido pelos parceiros, que se encontram num visada de influência.

Palavras-chave: argumentação e análise do discurso; interdisciplinaridade; influência psicológica e social; problemática da influência.

INTRODUÇÃO

Desde muito tempo, eu me dedico a inserir as questões de linguagem – e portanto de discurso- em uma problemática da influência psicológica e social, sobre a qual existe uma abundante literatura nestas duas disciplinas (psicologia e sociologia), mas não nas ciências da linguagem². Isso supõe, do ponto de vista da análise do discurso, duas coisas: de um lado que esta se desenvolve de forma interdisciplinar, de outro, que as categorias habitualmente definidas para as descrições da língua, ou aquelas emprestadas de outros domínios conexos, como a retórica, sejam redefinidas em uma tal problemática.

Uma interdisciplinaridade, isso quer dizer observar quais são os instrumentos de análise empregados pelas outras disciplinas e indagar quais conceitos são utilizados no seu próprio campo disciplinar. Pode-se tomá-los emprestado e redefini-los, precisando a teoria a que pertencem e como vão ser redefinidos, para evitar que haja confusão em torno dos mesmos conceitos. É o que chamo de “interdisciplinaridade focalizada”. Assim é, pelo que me concerne, *a problemática da influência*, os conceitos de *comunicação, de representações e de efeitos* que tomo emprestados à psicologia social e à sociologia, mas que redefino no campo linguageiro.

Revisitar as categorias que têm curso em nossa disciplina quer dizer precisar sua

¹ Université Paris 13

² Parte desta intervenção foi apresentada em outro simpósio organizado pela Universidade de Paris em março-abril de 2005. Os trabalhos da conferência não apareceram (dois anos depois), eu me permito expor aqui novo conjunto de meus pontos de vista sobre a questão da argumentação.

definição e buscar redefini-las, em função da problemática em que se situam. Por exemplo, as noções de tematização e de predicação que pertencem ao campo de uma linguística da língua (ou da frase) devem ser totalmente redefinidas em uma linguística do discurso, na medida em que a relação tema-predicado pode constituir uma unidade frástica, mas não uma unidade de comunicação. Assim, é por isso que vou expor aqui a recusa de me inserir na tradição da retórica argumentativa, a qual repousa sobre uma concepção parcial da comunicação (os debates cidadãos ou os debates jurídicos), tudo em função dos tipos de argumentos amplamente definidos nesta tradição.

1. UMA PROBLEMÁTICA DA INFLUÊNCIA

Para tratar de atos de linguagem em uma problemática da influência é necessário responder a duas perguntas que são complementares uma da outra: qual o jogo psicológico e social de um ato de linguagem? Quais processos linguageiros participam desse ato de influência?

Para responder à primeira questão, é suficiente referir-se à história da retórica-argumentativa, da qual uma parte foi ocultada pela tradição escolar e pela crítica literária; a primeira pela preocupação em incutir nos alunos os modos de análise dos textos literários fundamentados na relevância das imagens e dos efeitos de estilo; a segunda, por considerar que a retórica dos tropos é reservada somente ao fato literário. Portanto, em Aristóteles, vê-se bem que a preocupação primeira era de ajudar a deliberação coletiva, com finalidade de estabelecer uma opinião majoritária.

Sua intenção relaciona-se menos com a verdade do que com o "verossímil", quer dizer, com o que deve parecer verdade para persuadir o outro no quadro da democracia ateniense. Pode-se dizer que seu projeto se inscreve em uma problemática de influência.

Perelman, por sua vez, inscreve seu projeto retórico em uma problemática jurídica. Marcado que foi pelo processo de Nuremberg como local de confronto dos argumentos em um jogo de perguntas e respostas mais ou menos fechado, ele descreve os mecanismos argumentativos que servem para provar e estabelecer uma culpabilidade. Sua preocupação não é mais a de determinar uma verdade, mas de determinar o que permite tomar uma decisão "razoável" (seria aquela da sanção) ponderando os argumentos sobre um eixo do provável.

Tudo isso está longe da filiação às ideias de Platão de um modelo lógico-matemático procurando "demonstrar a verdade". Com Aristóteles e Perelman, a retórica argumentativa voltou-se em direção ao outro para fazê-lo aderir a uma tomada de posição: é o que se pode chamar de atividade linguageira de "persuasão". Mas é necessário ir além, pois, como se acaba de ver, esses dois autores se inserem em uma situação de comunicação (debate político, debate jurídico), limitando o seu alcance.

Desde então, as ciências humanas e sociais mostraram que as sociedades são compostas, fragmentadas, por diversas áreas de atividades, em que todas se constroem de maneira interacional entre indivíduos que tentam regular socialmente as relações de força que aí se instauram. O modelo de deliberação do fórum ateniense e o modelo de persuasão dos debates jurídicos, a que se pode anexar o modelo de demonstração da comunicação científica, não são mais os únicos e nem são os mais dominantes. Eles continuam a existir mas participam de um conjunto mais amplo de situações, as quais impõem contratos interacionais diversos que consideram tanto a "demonstração", como a "persuasão" e a "explicação", as três grandes ordens argumentativas que, por sua vez,

a retórica tradicional tem dificuldade em distinguir³.

Os relatos sociais não se desenrolariam tanto sobre o modo do "ser verdade" quanto sobre o do "acreditar ser verdade"; não se relevariam mais tanto sobre a "força lógica" dos argumentos do que sobre sua "força de adesão"; não se procuraria tanto uma "prova absoluta" relacionada ao universal quanto uma "validade circunstancial" no quadro limitado pelo situacional.

Evidentemente, esses diferentes aspectos coexistem, pois é difícil para qualquer sociedade não crer mais em valores absolutos; entretanto, um curioso jogo de máscaras se instaura nas nossas sociedades modernas entre verdade absoluta e verdade relativa. Por esse motivo é que a análise do discurso não tem que se dar por objeto a descoberta da verdade, mas a descoberta de jogos de apresentação da verdade, como "crer" e "fazer crer". É o que eu chamo de uma "problemática de influência".

Para responder à segunda questão (quais processos linguageiros participam desse ato de influência?), e tomando o ponto de vista do sujeito do discurso, basta considerar os problemas que se apresentam àquele que quer falar a alguém em qualquer situação de comunicação. Pode-se considerar quatro problemas:

- "Como entrar em contato com o outro, através de qual relação?" trata-se aqui de se interrogar sobre o processo de "fazer contato", sabendo que entrar em contato com o outro é, para o sujeito falante, um ato de imposição de sua presença ao outro, e sabendo que toda realização de uma relação instaura posições de superioridade/inferioridade. Os rituais sociolinguageiros estudados pela etnometodologia da linguagem escondem essa dificuldade e tentam justificar aquilo que autoriza o sujeito falante a obrigar o outro a entrar em relação com ele.

- "Qual posição de autoridade adotar estando diante do outro"? Trata-se aqui de se interrogar sobre o processo de construção da "imagem" do sujeito falante, de modo que o outro o considere crível ou possa até se identificar com sua pessoa.

Reconhecemos o "*ethos*" da retórica⁴, que é constitutivo de todo ato de linguagem, mas toma características particulares dependendo da situação de comunicação na qual se inscreve⁵.

- "Como tocar o outro?" Sabendo que ele não é conquistado antes de ser influenciado, trata-se de se interrogar sobre o processo linguageiro que permite fazer com que o outro adote, sem resistência, o ponto de vista do sujeito. Encontra-se aqui o *pathos* da retórica, que, apoiando-se sobre as emoções suscetíveis de mover o indivíduo em tal ou tal direção, coloca em cena estratégias discursivas de dramatização a fim de aprisionar o outro em um universo emocional que o colocará à mercê do sujeito falante.

- Enfim, como organizar seu dizer de tal modo que ele esteja a serviço do processo de influência do sujeito? Porque é necessário saber falar do mundo e de transmiti-lo ao outro de forma que lhe seja compreensível. Trata-se aqui de se interrogar sobre os modos de organização do discurso de acordo com o que escolhemos contar/descrever ou argumentar. Contar supõe que se organize seu discurso de maneira descritiva e narrativa; e argumentar que se organize seu discurso de maneira argumentativa.

³ Foi neste antagonismo que se desenvolveu o caso das caricaturas de Maomé.

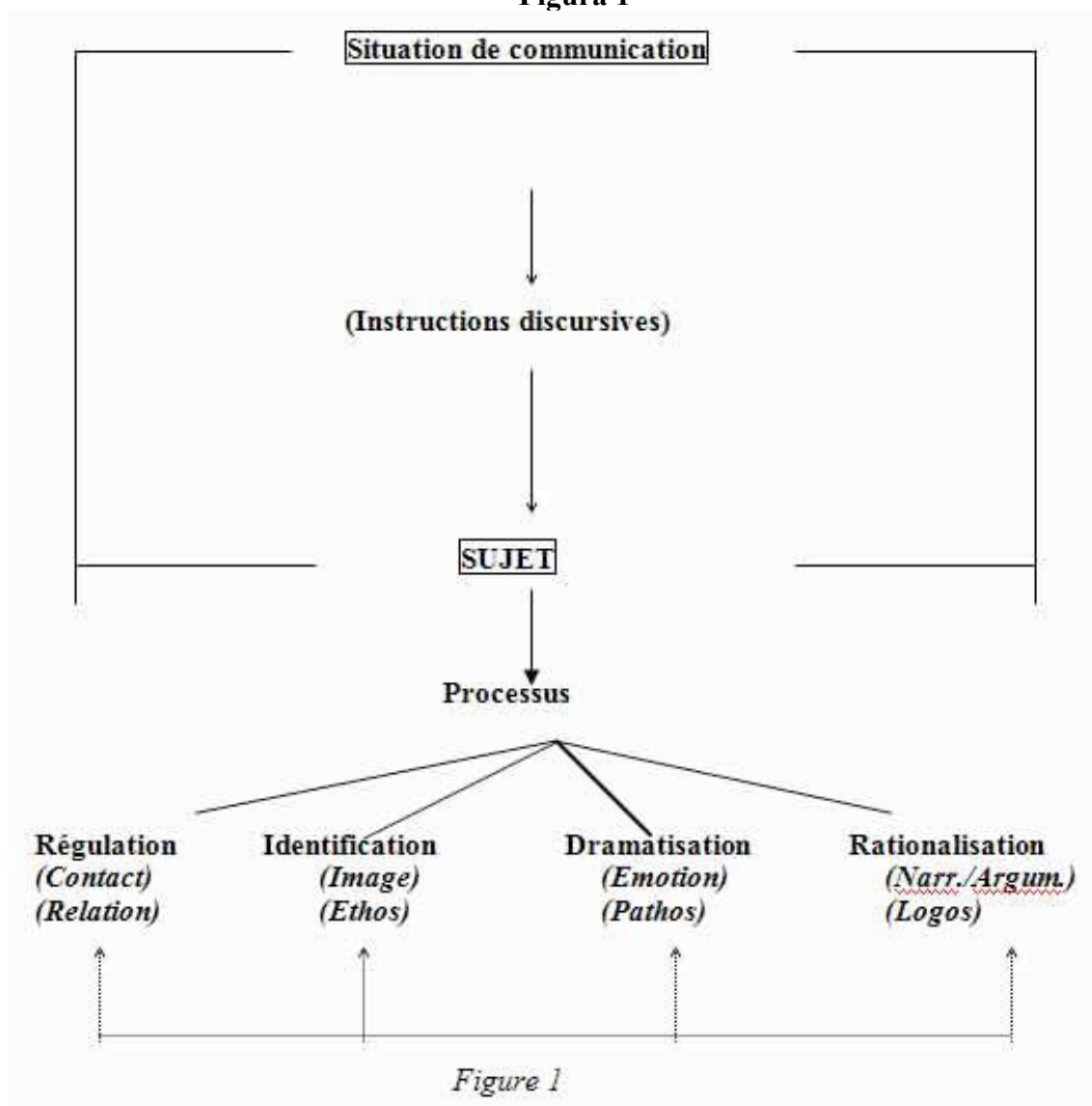
⁴ Uma questão retomada por certos analistas do discurso como Ruth Amossy (1999) e Dominique Maingueneau. (1998).

⁵ Para a questão do *ethos* em situação de comunicação política, ver Charaudeau (2005).

Cada um desses modos de organização tem, como se verá, particularidades que lhe são próprias, mas se perceberá que eles se distinguem de forma que o primeiro é "identificatório": permite ao outro projetar-se livremente no relato que lhe é proposto e se identificar ou não com tal aspecto da história; o segundo é "impositivo": ele obriga o outro a entrar em um modo de pensamento e a avaliar em função do seu próprio ponto de vista. É por isso que o primeiro é gerador de discursos míticos; o segundo, de discursos sábios, mas ambos participam de um processo de racionalização, especificamente em cada modo.

Cada um desses processos (ver Figura 1) cria o objeto de uma "colocação em cena" que obedece a uma certa mecânica e recorre a certos procedimentos que se pode descrever e categorizar: colocação em cena (apresentação) e categorias dos rituais de tomada de contato; apresentação e categorias do *ethos*; procedimentos das estratégias do *pathos*, mecânica e categorias da apresentação narrativa e argumentativa. Aqui, somente se tratará desta última questão.

Figura 1



2. A ORGANIZAÇÃO ARGUMENTATIVA DO PROCESSO DE INFLUÊNCIA

A razão argumentativa, considerada do ponto de vista de uma problemática da influência, não reside somente na força do argumento (existe um argumento incomparável?) nem na força única das ideias (o que é uma ideia forte?). Se fosse o caso, seria possível saber antecipadamente o que é um raciocínio incomparável e todo mundo usaria o mesmo modelo, ou o que é uma ideia forte e todo mundo teria esse recurso. Um mesmo argumento pode servir a ideias opostas, uma mesma ideia pode se inserir em raciocínios diferentes. Pode-se concluir que nenhum argumento, nenhuma ideia, tem força em si mesma. Quando um país que quer defender seu direito de adotar uma força nuclear usa o argumento "nacionalista" frente a seu povo contra a interferência estrangeira, concordar-se-á que o argumento em questão tem força apenas nesta situação e em relação ao povo concernente, e não em si mesmo, pois em outro contexto o mesmo argumento poderá ser rejeitado como negativo. Não se reterá, então, essa noção que perdura na retórica argumentativa, a de saber que se pode estabelecer uma hierarquia entre os modos de raciocínios e entre os tipos de argumentos.

Dir-se-á então que a razão argumentativa depende das considerações seguintes:

- todo ato de linguagem é produzido em uma "situação de comunicação" que fornece instruções de produção e de interpretação do sentido aos parceiros da troca; o sentido resulta de uma coconstrução e, então, o ato argumentativo, que lá se encontra, obtém sua validade (e não seu valor) das instruções que vêm dessa situação;

- o processo de racionalização argumentativo obedece a certas condições de "colocação em cena" ou de "apresentação discursiva", fazendo com que a pertinência da argumentação não possa ser julgada a não ser reportando-se às condições dessa apresentação; o processo argumentativo retira sua força de influência de um certo "tipo de argumento", no interior de uma certa situação, e segundo a função que preenche o argumento considerado, de acordo com o olhar dessa apresentação discursiva.

Evocarei a primeira consideração, rapidamente, para me fixar, depois, mais particularmente, nas duas outras.

3. VALIDADE DO ATO ARGUMENTATIVO E SITUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

É importante ressaltar aqui a diferença entre as noções de "valor" e de "validade". O valor remete a uma semântica às vezes referencial e axiológica que se encontra inscrita nas palavras e em sua utilização social, como seria, por exemplo, a palavra "crime", portadora pelo uso social de um semanticismo de valor negativo. A validade refere-se ao efeito semântico que é produzido em coerência com a situação na qual são empregadas as palavras, cujos parceiros do ato de linguagem são levados em conta. Assim, o slogan publicitário "*nenhum prazer real sem Perrier*" será interpretado - e então validado - como: "*se você quer um real prazer, então beba Perrier*", porque é o conhecimento das instruções da situação de comunicação publicitária que nos diz, por sua vez, que: "*você não pode não querer ter prazer*", e que: "*somente Perrier pode lhe dar esse prazer*"⁶. Mas tire esse enunciado dessa tal situação, mergulhe-o em uma outra situação, e ele significará outra coisa; as inferências que permitirão essa nova situação

⁶ Para o contrato implícito do discurso publicitário, ver Charaudeau (1994).

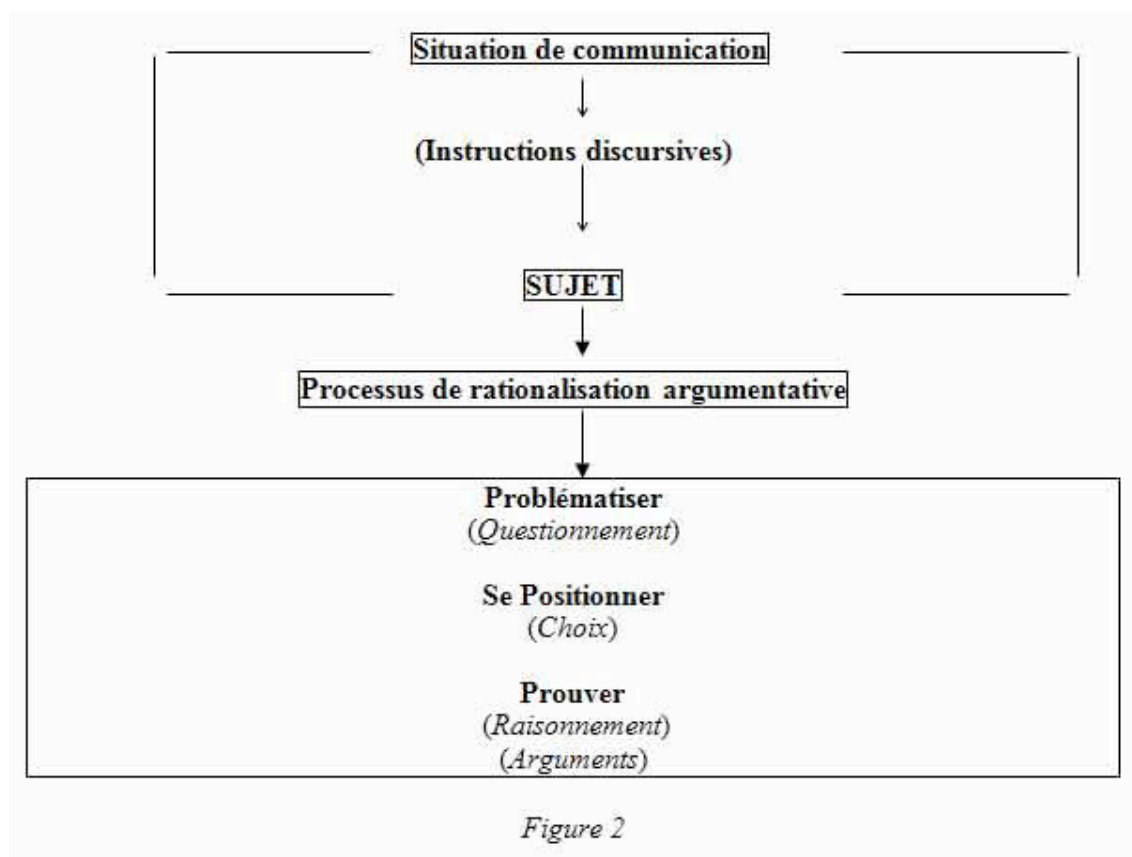
serão outras, e o ato argumentativo será validado diferentemente.

Sem poder desenvolver aqui este ponto, considerar que é a situação de comunicação que dá força de validade ao ato argumentativo é o que permite definir três grandes ordens argumentativas: "a demonstração", "a explicação", "a persuasão".

A ordem da demonstração corresponde às situações cuja finalidade consiste em "estabelecer uma verdade" – fazer saber/informar (exemplo: um artigo científico); a ordem da explicação corresponde às situações cuja finalidade consiste em "fazer-conhecer uma verdade" já estabelecida – explicar (como o livro didático, um manual escolar de Física); a ordem da persuasão corresponde às situações cuja finalidade é "fazer crer" (uma publicidade, uma declaração política). Essa distinção de "gêneros" (se se quiser empregar esse termo para os tipos de texto) no interior da atividade argumentativa não contempla, então, as características linguísticas dos enunciados, mas os "lances" situacionais.

4. AS CONDIÇÕES DE APRESENTAÇÃO DISCURSIVA DO ATO ARGUMENTATIVO

Adotando o ponto de vista do sujeito argumentante, direi que este, dando conta das instruções da situação de comunicação na qual ele se encontra, tem que se disponibilizar a uma tripla atividade discursiva da argumentação (figura 2). Deve-se fazer conhecer ao outro (interlocutor único ou auditório múltiplo): (i) do que se trata (*problematizar*); (ii) qual posição adota (*se posicionar*); (iii) qual é a força de sua argumentação (*provar*).



4.1. PROBLEMATIZAR

Problematizar é uma atividade discursiva que consiste em propor a alguém, não somente o que está em questão, mas também o que é necessário pensar: de um lado, fazer saber ao interlocutor (ou ao auditório) do que se trata, quer dizer, qual domínio temático se lhe propõe levar em consideração; por outro lado, dizer-lhe qual é a questão que se coloca em sua proposta.

De fato, uma afirmação não serve a nenhuma discussão, até que se perceba sua *problematização* possível: o enunciado "o primeiro ministro demitirá" pode ser apenas uma simples constatação; ele se torna problematizado a partir do momento em que é confrontado com a afirmação oposta "o primeiro ministro não demitirá", o que obriga a se interrogar sobre as causas, (por quê?) e/ou consequências (então) dessa oposição. Cada vez que um locutor profere um enunciado e o interlocutor retruca: "e daí?", isso quer dizer que este último não captou a problematização.

Assim, um diálogo aparentemente argumentativo como :

A - Por que ele chegou atrasado à reunião?

B- Porque ele saiu atrasado de casa

não apresenta problematização, se se excluírem os implícitos que poderiam se aplicar, tanto à resposta, quanto às consequências da resposta. E então se tem o direito de perguntar se se trata aqui de um ato argumentativo, ou se não seria mais um ato puramente informativo, o que nos levaria a dizer que toda expressão de casualidade não tem necessariamente validade argumentativa. (*seria o caso de se ter uma explicação - oração coordenada*)

Problematizar é, então, impor um domínio temático (o proposto) e um quadro de questionamento⁷ (proposição)⁸, que consiste em um questionamento sobre asserções a propósito do qual o sujeito destinatário é levado a se interrogar sobre: "o que permite fazer essa afirmação?", ou "o que permite apontar essa causa?", ou ainda "o que permite propor essa consequência?". É o que se chama de uma "condição de disputabilidade"⁹.

Por exemplo, existem múltiplas maneiras de discutir sobre o tema da "intervenção humanitária", mas perguntar se é necessário intervir ou não em um país estrangeiro, uma vez que ele propõe cobranças de sua própria população, ou em nome de quem se autoriza a intervir, ou quais seriam as consequências esperadas, se se interviesse, é, a cada vez, apresentar ao menos duas afirmações e, então, propor a seu interlocutor um quadro de questionamento que dará uma razão para discutir o ato de afirmação.

4.2. POSICIONAR-SE

Mas isso não é suficiente, pois ainda é necessário que o sujeito que quer argumentar diga qual termo da oposição ele quer defender. Ele tem que se "posicionar" em relação à

⁷ Plantin (1990) fala de "proposição" e "oposição".

⁸ Para as noções de "proposta" e "proposição", ver minha "Gramática do sentido e da expressão".

⁹ Trago aqui ao ponto de vista de C. Plantin para quem a "colocação em questão" é uma condição para a argumentação.

problematização proposta, dizer qual é seu ponto de vista em relação às afirmações presentes. Ele se engaja, portanto, em uma tomada de posição defendendo uma das duas afirmações, o que o conduzirá da mesma forma a se opor à outra. Teoricamente, ele poderá argumentar seja a favor de uma posição (favorável a); seja não a favor de uma posição (contrário a); seja a favor de uma e paralelamente não a favor da outra, isso dependerá dos “jogos/lances” do sujeito argumentante. Em um debate, por exemplo, podemos ter uma tomada de posição orientada somente em direção a uma ou a outra posição.

Entretanto, o sujeito argumentador pode igualmente não tomar partido, pois seu objetivo é examinar as características de cada posição para eventualmente evidenciar as vantagens e as inconveniências de cada uma delas. Por exemplo, em relação à proposta do debate sobre a entrada da Turquia na União Européia, podemos argumentar a favor de sua integração, podemos argumentar contra sua integração, ou bem podemos mostrar as vantagens e desvantagens de cada posição sem tomar partido. Direi que, nesse caso, o sujeito argumentante toma uma posição de "neutralidade", que consiste em ponderar sobre um ponto de vista em relação a outro e examinar os diferentes posicionamentos. Encontramos aqui a jogada (o lance) situacional de "explicação" da qual já falei mais acima: explicar, não é tomar partido e sim evidenciar diferentes tomadas de posição.

4.3. PROVAR

Provar é a atividade discursiva que serve para justificar a escolha do posicionamento. De fato, problematizar e se posicionar não constituem todo o ato argumentativo. É necessário ainda que o sujeito argumentante certifique a validade da sua tomada de posição e que, ao mesmo tempo, dê ao interlocutor os meios de julgá-la, pois é preciso que este último esteja apto a aderir à tomada de posição ou a rejeitá-la.

Evidentemente, poderíamos discutir a escolha desse termo "provar". Porque, se nos referíssemos à tradição da retórica argumentativa, poderíamos defender a ideia de que é preciso distinguir "prova" e "argumento". A prova seria da ordem do "irrefutável", na medida em que se apoia sobre sua autenticidade, como no caso da convicção (a arma do crime), ou sobre uma norma lógica absoluta, reconhecida por todos (o homem é mortal). O argumento seria sempre discutível, na medida em que se apoia sobre um saber relativo. Mas podemos também sustentar que a prova pode, ela mesma, ser colocada em causa, não em sua autenticidade, mas porque ela deve ser sempre interpretada. Também eu prefiro avançar aqui, pois se trata apenas de um jogo de estratégias no interior de uma mesma atividade, que é a de "provar". É no modo de apresentá-los que certos argumentos aparecerão - estrategicamente - como irrefutáveis.

Para provar, o sujeito argumentante se dedica a dois tipos de operação:

- operações de raciocínio que consistem em estabelecer relações de causalidade (causa/ consequência) entre duas ou várias afirmações e em assegurar a força da ligação (de possibilidade, de probabilidade, de necessidade ou de inevitabilidade); por exemplo, não basta estabelecer uma ligação entre o consumo de tabaco e a saúde, como em " O consumo de tabaco faz muito mal à saúde", é necessário ainda dizer se essa ligação é da ordem do possível ou do inevitável¹⁰;

¹⁰ Para a diferença entre o “lugar do possível e o do inevitável”. ver Charaudeau, 1992, p. 539 e 541.

- escolhas entre argumentos de valor que lhe parecerão os melhores para o papel de “fiador” do raciocínio¹¹, ou, em todo caso, que lhe parecem poder ter um impacto sobre o sujeito destinatário. Um argumento não pode ser julgado a não ser pelo teor da prova.

Veremos em que consistem esses argumentos, mas podemos concluir aqui que é por meio dessa atividade de "provação" que o sujeito argumentante, tendo que justificar seu ponto de vista e de compartilhá-lo com o seu destinatário, revelará ao mesmo tempo seu posicionamento diante de sistemas de valores que circulam na sociedade à qual ele pertence.

4.4. AS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS

As estratégias argumentativas são uma forma de especificar as estratégias de influência¹². Elas agem a serviço destas últimas, de como outras estratégias-

discursivas (narrativas, descritivas, enunciativas) poderiam fazê-lo. Essas estratégias, sem que precisemos no momento sobre em que elas se apoiam, podem intervir em diferentes níveis da apresentação argumentativa: no nível da "problematização", no do "posicionamento" do sujeito e no nível do "ato de provação".

4.4.1. AS ESTRATÉGIAS DE PROBLEMATIZAÇÃO

A problematização, já dissemos, é em parte imposta pela situação de comunicação, mas ela constrói sempre o objeto de uma especificação no interior desta. A maneira de problematizar releva, assim, escolhas operadas pelo sujeito argumentador: ele está em seu poder de propor - impor uma certa problematização.

Entretanto, ela pode ser contestada pelos outros participantes no tratamento da questão. Também uns e outros se dedicam a estratégias de enquadramento e de reenquadramento da problematização, deslocando-a, e anexando uma nova ou substituindo aquela imposta por uma outra.

Por exemplo, viu-se a discussão que apareceu nos jornais em torno da "clonagem". Podemos reparar que uma parte dessa discussão consistiu em saber se era necessário discutir a clonagem em geral, propondo-se, então, uma interrogação a respeito de: "é necessário aceitar a clonagem em nome do progresso científico/é necessário rejeitar em nome da moral social"; ou se era necessário discutir a diferença entre clonagem reprodutiva e clonagem terapêutica, essa segunda interrogação cruzando a primeira. Dito de outra forma, uma boa parte desse debate trouxe questões sobre o enquadramento que era necessário impor.

É que as estratégias de enquadramento e reenquadramento servem para *legitimar* a discussão, em nome do que é verdadeiramente digno ou pertinente de ser discutido. Evidentemente, na realidade, para cada sujeito argumentante, trata-se de levar a problematização para seu terreno, e, ao mesmo tempo, de trazer o outro debatedor para seu campo de competência: ele impõe ao outro um quadro de questionamento que lhe demanda compartilhar. Constantemente, essa luta para impor seu próprio quadro de questionamento é marcada por expressões do gênero: "o problema está mal colocado", "a verdadeira questão é...", "talvez, mas existe uma outra questão mais importante", "é

¹¹ Sobre esta questão do “fiador”, ver Toulmin 1958 e 1976.

¹² Para essas estratégias, ver Charaudeau (2005).

necessário ser sério", etc. Isso é largamente praticado pelos homens políticos, em debates face a face.

4.4.2 AS ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMENTO

As estratégias de posicionamento concernem ao modo como o sujeito argumentante toma posição. A tomada de posição consta de uma declaração do sujeito em relação à problematização, mas ele pode fazer de modo que seja levado a justificá-la e, então, explicitá-la, para fins de credibilidade. Necessita precisar, por exemplo, como "quem fala", qual é a qualidade que o autoriza a argumentar. Ele pode ser tanto a pessoa implicada (testemunha, vítima, ator de eventos vividos), quanto o especialista que foi solicitado (*expert*, sábio), o representante de um grupo que o enviou (delegou), ou tanto quanto o representante de uma voz de autoridade institucional (a Lei), estratégia que volta a usar o que a retórica tradicional chama de "argumento de autoridade". Trata-se de mostrar que o que se afirma está fundamentado e permite tomar posição sem um julgamento *a priori* nem vontade polêmica, pois senão o interlocutor e o auditório estariam no direito de ter suspeitas sobre a validade da argumentação, o que tenderia a desacreditar o sujeito argumentante.

O sujeito argumentante pode igualmente assegurar seu posicionamento apoiando-se sobre outros dizeres, seja para estabelecer alianças ("como bem diz meu colega..." ou "eu iria no mesmo sentido que a madame, e acrescentaria que..."), seja para marcar oposições a outros participantes, a fim de sublinhar sua própria credibilidade ("eu não sei o que te permite dizer isso, mas eu, que faço estatísticas cotidianamente, posso te dizer que...").

4.4.3 AS ESTRATÉGIAS DE PROVAS E OS TIPOS DE ARGUMENTOS

A noção de argumento é diferentemente definida segundo os domínios disciplinares nos quais é usada: ela é considerada como um "predicado" em lógica, ela é um "esquema de intriga" em literatura, ela participa da "prova" em retórica (ver Charaudeau e Maingueneau, 2005). Foi dito, mais acima, que o sentido que eu atribuiria a essa noção de prova não se opõe a argumento.

A questão consiste aqui em se perguntar a que se atribui a força dos argumentos. Responderemos que isso se deve a três fatores: o modo de raciocínio no qual se insere o argumento empregado, quer dizer, a força da ligação causal que religa o argumento ao seu contexto; o tipo de saber do qual ele é portador, quer dizer, a força axiológica suscetível de produzir um efeito de adesão por parte do destinatário; a modalização enunciativa sob a qual aparece o argumento. Inscreve-se, então, na tradição retórica, mas com algumas modificações, para fins de coerência operatória.

4.5.OS MODOS DE RACIOCÍNIO

Não posso, no contexto deste artigo, descrever em detalhes os modos de raciocínio que tenho preservado da tradição retórica. Há muitos escritos sobre o assunto, cada autor oferece a categorização que lhe parece mais relevante. Vamos dizer que, para o meu caso, agrupei as formas de raciocínio em quatro modalidades: *raciocínio por dedução*, *raciocínio por analogia*, *raciocínio por oposição*, *raciocínio por cálculo*. Vou me contentar em dar aqui um exemplo de cada um desses modos. O raciocínio por

dedução refere-se aos tipos de relações de causalidade que podem ser estabelecidas entre uma afirmação e sua causa ou uma afirmação e sua consequência:

A - Por que eu deveria votar?

B - Porque você é um bom cidadão

A força desse argumento baseia-se na garantia: "Se você é um bom cidadão, você deve votar", e a relação é de inevitabilidade. Mas há duas maneiras de apresentar esta relação causal. Uma, baseada em princípios (ou ética), ao se dizer: "É porque você é um bom cidadão que você tem que votar"; aqui, a causa é o princípio, e não podemos fugir dela, o que lhe confere maior força de evidência. A outra, pragmática, ao se dizer: "Você tem que votar para mostrar que você é um bom cidadão"; aqui, a causa e a consequência correspondem a uma causalidade intencional que tem menos força do que a anterior. Podemos dar ao argumento de "ser um bom cidadão" uma maior ou menor força de evidência, de acordo com o modo de dedução selecionado.

O raciocínio por *analogia* consiste em estabelecer uma aproximação entre pelo menos dois fatos, dois conhecimentos, dois comportamentos, etc., devido a uma certa semelhança entre os dois, um dos quais é dado como já estabelecido e tendo uma certa autoridade, o que confere força de autoridade ao argumento que é comparado a ele¹³. Não impede que a argumentação aqui consista em se apoiar sobre um fato já conhecido para ser utilizado como referência ou modelo.

No âmbito de uma argumentação, a *analogia* ou comparação é utilizada para reforçar a prova de uma conclusão, ou de um julgamento e, se objetiva, produz um efeito pedagógico; se subjetiva, produz um efeito de ofuscamento. O raciocínio por analogia pode ser uma "cortina de fumaça", mas de um pó que pode dar força ao argumento.

O raciocínio por oposição consiste em lançar um olhar sobre fatos, condições, julgamentos, opostos que se excluem mutuamente, permitindo argumentar, colocando em evidência, contradições ou incompatibilidades. Este modo de raciocínio é mais frequentemente usado para apresentar objeções ou contraargumentos frente a seu adversário. Este é o exemplo emblemático do: "Você não pode querer a manteiga e o dinheiro que usou para comprá-la"; mais recentemente: "Nós não podemos nos declarar pró-europeus e votar "Não" ao referendo".

O raciocínio por *cálculo* consiste em se basear em uma operação matemática de mais ou menos igualdade ("trabalho igual, salário igual"), interpolação mútua ("Olho por olho, dente por dente"), transitividade ("amigos dos meus amigos são meus amigos"), da proporcionalidade (" Quanto mais você ganha, mais você paga em impostos, quanto menos você ganha, menos você paga"). Este raciocínio tem a vantagem de dar ao argumento, pelo menos na aparência, todas as garantias de rigor matemático¹⁴.

Finalmente, devemos salientar que, com base nesses modos de raciocínio, o sujeito argumentante pode, voluntariamente ou não, cometer certos deslizos, a maioria já listados nas obras de retórica argumentativa, como por exemplo, o excesso de generalização de uma relação causal. Isso permite a um político populista declarar: "um milhão de imigrantes, um milhão de desempregados".

¹³ Aqui não se distingue comparação e analogia, as duas participam do mesmo movimento.

¹⁴ É o que se faz igualmente nos escritos científicos, cada vez que se cita um.

4.6. OS TIPOS DE SABER

A força de um argumento também depende da sua natureza semântica, isto é, uma categoria de conhecimento com uma certa margem de verdade. É, portanto, esse conhecimento que deve ser compartilhado entre o sujeito argumentante e sua audiência. Nesse sentido, trata-se de "tópicos" ou de "lugares comuns", sem os quais o argumento não poderia produzir efeito.

Sabe-se que a antiga retórica (Aristóteles, Cícero) propõe distinguir os tipos de provas e tipos de lugares. Por um lado, as provas "extratécnicas" - (*atechnoi*) chamadas naturais e extrínsecas, ou seja, voltadas à realidade, e as provas "intratécnicas" (*entechnoi*), ditas artificiais e intrínsecas, isto é, referentes ao pensamento. Por outro lado, lugares "genéricos" têm a propriedade de serem comuns e universais, e os lugares "específicos" têm a propriedade de serem especiais e locais.

Por sua parte, Perelman fala de valores "abstratos" (a Justiça) que ele opõe a valores "concretos" (a Igreja, a França). Dada a dificuldade em lidar com essas categorias (dificuldade em distinguir o concreto do abstrato, dificuldade em estabelecer uma fronteira entre o genérico e o específico), proponho um ponto de vista semioantropológico que se apoia em representações sociais que produzem os grupos sociais sob a forma de discursos circulantes entre os membros desses grupos.

Esses discursos constroem tipos de saber que proponho categorizar como saberes de "conhecimento" e saberes de "crença".

Tendo já definido esses tipos de conhecimento em textos anteriores e atuais¹⁵, vou apenas dar uma ilustração como exemplo para cada um desses tipos. Nos debates, a imprensa fez eco a respeito da clonagem, e foi proposta uma distinção entre "clonagem reprodutiva" e "clonagem terapêutica"; a primeira seria a partir do embrião, a segunda a partir de células estaminais. Mas um biólogo molecular intervém para contradizer esta distinção, com o argumento de que "células estaminais e embrião são a mesma coisa." Este argumento repousa sobre um saber de conhecimento que deve se impor sobre todos os sujeitos argumentadores, porque não está dentro da visão de uma pessoa em particular, mas da ciência. Da mesma forma, quando alguém contesta a qualificação de "crime" aplicado a um roubo, substituindo-a pela de "delito", ela se vale de um saber de conhecimento codificado que se encontra nos textos da lei, ou como é o caso da diferença técnica em "crime comum" e "crime hediondo".

No entanto, uma explicação do tipo: "Eu votei *Não* no referendo sobre a Constituição Europeia, porque eu não quero que Bruxelas me proíba de comer queijo de leite cru" é baseada em um conhecimento de crença, um apego a valores de soberania nacional. É, obviamente, o mesmo para argumentos baseados em crenças religiosas, doutrinárias ou de convicções morais, como é o caso de pessoas que perguntam por que eles salvaram judeus durante a Segunda Guerra Mundial e que respondem: "Eu não poderia fazer de outra forma."

Esses conhecimentos de crença em si são especificados em diversas áreas de valor: - moral (*ou ético*): o bem / o mal / justiça, liberdade, paz, perdão, virtude, civilidade, polidez, solidariedade, tolerância, não violência, coragem/ covardia, etc.); *pragmático*: o

¹⁵ No "Terceiro, onde estás? A propósito do "terceiro do discurso, ver Charaudeau (2005).

útil / o inútil, o melhor, o eficaz/ineficaz; *hedônico*: os sentimentos, o emocional, o sensível, o desejável, a ameaça, a compaixão, o medo; *estético*: o belo / o feio/ o diferente.

4.7. A MODALIZAÇÃO ENUNCIATIVA

A forma de modalizar a enunciação intervém igualmente na força que é atribuída aos argumentos. Na verdade, o sujeito argumentante pode jogar com o

explícito e o implícito do discurso para variar essa força. Por exemplo, uma forma interrogativa ("Seria errado?") pode ter mais força, apesar das aparências, do que uma afirmativa ("Ele está errado"). É o mesmo que acontece no emprego de argumentos e sua forma de enunciar: em um comunicado televisionado sobre o referendo europeu em 1972, Georges Pompidou, então Presidente da República, rebate oponentes ao *Sim* dizendo: "Há aqueles que recomendam abstenção. Será que eles não têm opiniões sobre a Europa?"... Certamente esta modalização alocutiva sob a forma de interrogação dá mais força ao argumento em questão: "quando você é um cidadão responsável não pode não ter nenhuma opinião sobre a Europa"¹⁶, ou se o mesmo argumento é expresso de um modo delocutivo: "Eles não têm opinião sobre".

5. CONCLUSÃO

Assim é pela articulação entre o modo de raciocínio, o tipo de saber e a modalização que pode ser avaliada a força de um argumento em uma problemática da influência. Além disso, poder-se-ia completar este trabalho, pedindo aos psicossociólogos da linguagem que medissem os efeitos de impacto dos argumentos através da variação desses diferentes parâmetros.

Mas eu gostaria de terminar esta exposição ilustrando-a com um fragmento, extraído da "Controvérsia de Valladolid" (Carrière, 1992:168-169)¹⁷. O debate trata da questão de saber se os índios da América recém-conquistada pertencem à espécie humana e se possuem uma alma que pode ser salva por Deus. Esse debate, muito polêmico à época, opõe o padre dominicano Las Casas, defensor dos índios, a Luis Sepúlveda, filósofo, que se declarava seguidor de Aristóteles, ambos na presença do cardeal representante do Papa. Em certo ponto do debate, o filósofo se propõe a fazer um balanço da questão: "- Vou tentar, com clareza, resumir a discussão em algumas frases, como, pelo menos, eu a entendi."

Luis Sepúlveda junta as mãos sob o queixo, pensa por um momento e fala:

"- Em primeiro lugar, eu propus um princípio lógico, que eu acho que todos nós devemos subscrever: de duas coisas, uma e uma somente."

Todos acenam a cabeça que sim, até Las Casas.

"- Como se opor ao evidente?" O lógico retoma assim: "- Ou eles são como nós, Deus os criou à sua imagem e foram redimidos pelo sangue de seu filho e, neste caso, eles não têm nenhuma razão para não aceitar a verdade."

Ele faz uma pequena pausa e novamente retoma, de forma tranquila e segura:

¹⁶ Para as categorias locutivas (elocutivas, alocutivas e delocutivas) ver Charaudeau (2008).

¹⁷ Carrière JC, "A controvérsia de Valladolid" (p.168-169), Belfond, Paris, 1992.

“ - Ou eles são de uma outra espécie (...)”

O Cardeal dirige-se ao filósofo e, como que decidido a terminar, pergunta-lhe:

“ - Qual é o seu sentimento sincero, Professor?

“ - Que eles são de outra categoria, nascidos para servir e serem dominados”.

A problematização e os posicionamentos estavam claramente dados no início do relato. Um quadro de questionamento sobre a natureza dos índios " (...) se são parte da espécie humana ou não"; "Será que eles têm uma alma ou não."

O posicionamento do promotor, Luis Sepúlveda é: "não, esses não são homens como nós"; para o defensor, Las Casas: "Sim, eles são homens como nós." A problematização e os posicionamentos estão, nesta passagem, pressupostos no contexto.

Uma estratégia de posicionamento de Sepúlveda: enunciando "um princípio lógico", ao qual, pensa ele, "todos nós devemos nos subscrever: de duas coisas uma e somente uma", ele força, impõe (*modalidade deontica*) e obriga o público e seu adversário a entrarem, com antecedência, no seu modo de raciocínio. Ao mesmo tempo, ele estabeleceu a sua autoridade por recordar que é um filósofo que se refere a um saber absoluto: a lógica do raciocínio. Além disso, frente ao Cardeal, diz que é importante fazer um ato de humildade por meio de "Eu acho que" (*modalidade elocutiva* de suposição que traz um efeito de modéstia).

A estratégia de fazer a "provação" consiste em usar um argumento baseado em um *saber de crença*, referindo-se ao *dogma* que diz que os filhos de Deus são seres humanos, "criados à sua imagem e redimidos pelo sangue de seu filho" e, portanto, eles não *podem recusar a verdade*. Em seguida, ele inscreve esse tipo de saber em um raciocínio que articula dois modos, um sobre o outro.

O método de *dedução (falsamente silogístico)*, mas cujo efeito está lá): "Todo filho de Deus que aceitar a verdade pertence à espécie humana; ora, os índios recusam a verdade, então não são filhos de Deus e não pertencem de forma alguma à espécie humana."

Em paralelo, deixa-se entrever o pressuposto: "Se você acredita, você é da espécie humana; se não acredita, não é da espécie humana". A combinação de uma posição de autoridade absoluta do sujeito argumentador, referindo-se à lógica, obrigação imposta ao público de jurar lealdade ao saber da lógica, recorre a um saber de crença que é tido como também partilhado com a assembleia em nome de um discurso de revelação, raciocínio aparentemente silogístico; isso tem como efeito sociodiscursivo (*efeito de influência*) bloquear qualquer discussão e impedir que ela prossiga. Isso percebe Las Casas, o defensor, que não se vale de outra estratégia, em seguida, no texto, senão a de colocar em causa a posição de autoridade do filósofo, argumentando que a questão dos seres humanos não se enquadra na lógica.

Uma das vantagens, não menos importante, que envolve a inserção de questões de argumentação em uma *problemática da influência*, reside no fato de que não há mais razão para separar análise da argumentação e análise do discurso. A primeira está incluída na segunda como um dos meios de se proceder à análise de todos os processos discursivos envolvidos na coconstrução do sentido à qual se lançam os parceiros, numa visada de influência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AMOSSY, Ruth (éd.). *Images de soi dans le discours*. La construction de l'ethos, Lausanne : Delachaux et Niestlé, 1999.
2. AMOSSY, Ruth. *L'argumentation dans le discours*, Paris: Colin, 2006 [2000]).
3. ARISTOTE. *Rhétorique*, trad. Ruelle, introd. M. Meyer, commentaire B. Timmermans Paris : Le livre de poche, 1991.
4. CARRIÈRE, Jean-Claude. *La controverse de Valladolid*, Paris : Belfond, 1992.
5. CHARAUDEAU, Patrick. *Grammaire du sens et de l'expression*, Paris: Hachette, 1992.
6. CHARAUDEAU, Patrick. « Le discours publicitaire, genre discursif », *revue Mscope*, 8 CRDP de Versailles, 1994.
7. CHARAUDEAU, Patrick. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris : Vuibert, 2005.
8. CHARAUDEAU, Patrick; Maingueneau, Dominique. *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris :Le Seuil; 2002.
9. _____. *Dicionário de Análise do discurso*, São Paulo:Contexto, (2004).
10. CHARAUDEAU, Patrick (éd.). *La voix cachée du tiers. Les non-dits du discours* Paris : L'Harmattan, 2006.
11. CHARAUDEAU, Patrick (éd.). *La médiatisation de la science dans les médias d'information (clonage, OGM, manipulations génétiques)*, Bruxelles : De Boeck-Ina, 2008.
12. CHARAUDEAU, Patrick (sous presse). « Les stéréotypes, c'est bien, les imaginaires, c'est mieux » Actes du colloque de Montpellier, Juin 2006.
13. MAINGUENEAU, Dominique. « *Scénographie épistolaire et débat public* », Siess, Jürgen (éd.). *La lettre entre réel et fiction*. Paris: Sedes, 1998.
14. PERELMAN, Chaim et Olbrechts Tyteca, Lucie. *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique* (Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles), 1970 [1958].
15. PERELMAN, Chaim. *L'Empire rhétorique*. Rhétorique et Argumentation, Paris: Vrin, 1977.
16. PLANTIN, Christian. *L'argumentation*. Paris : Le Seuil, 1990.
17. TOULMIN, Stephen. *The Uses of Argument*, Cambridge : Cambridge UP, 1958.
18. TOULMIN, Stephen. *Knowing and acting* New York : Macmillan, 1976.

ABSTRACT: This article proposes to insert the questions of language - and discourse - in a problematic of psychological and social influence, about what there is a variety of texts, but they are not referent to the science of language. That suppose that the analysis of discourse goes on in a interdisciplinary way and that the categories defined to the description of language must be redefined. Under some aspects, it must treat the argumentation as a social practice and that is necessary to determinate the conditions of enunciation, the plays of manipulation in the language that are made by the participants of the act of communication.

One important question that involves the facts of argumentation in a problematic of influence is the fact that it is not necessary to separate the argumentation and the discourse analysis. The first is included in the second as one way of making the analysis of all the process that are involved in the co- construction of sense by the partners, that are in an objective of influence.

Keywords: argumentation and the discourse; analysis psychological and social

influence; interdisciplinary; problematic of influence.