

Argumentar
Sustentabilidades: a defesa pública e cidadã do valor da água

Sérgio Lagoa, 2024



Objetivos

No final desta sessão, deveremos ser capazes de:

- Analisar as componentes de um texto argumentativo
- Relacionar argumentação, demonstração e retórica
- Caracterizar os elementos do triângulo argumentativo: orador, auditório, argumento
- Identificar situações argumentativas estruturadas em torno de ethos, pathos e logos
- Discutir princípios éticos da argumentação



1. Discurso argumentativo oral

As marcas específicas da argumentação em suporte escrito e oral:

- a estrutura de um argumento,
- os operadores linguísticos (indicadores de premissa e conclusão),
- o triângulo argumentativo: orador, argumento, auditório;
- ethos, pathos e logos.

Elementos não textuais:

- Pertinência da informação
- organização da exposição
- postura corporal
- contacto visual
- ritmo e tom de voz.

2. Competências de argumentação oral

Análise de estratégias de persuasão e técnicas argumentativas.

A força dos argumentos: ordem nestoriana dos argumentos no discurso (oral).

- a estrutura de um argumento

Um argumento é um conjunto de proposições estruturadas de tal modo que se pretende que uma delas (a conclusão) seja apoiada pelas outras (as premissas).

Todos os homens são mortais.
Sócrates é homem.
Logo, Sócrates é mortal.

[Enciclopédia de termos lógico-filosóficos](#)

- os operadores linguísticos (indicadores de premissa e conclusão)

Indicadores de premissa

Ora,
Posto que
Dado que
Porque
Como [mostra]
Por causa de
A razão é que
Pode inferir-se de
Uma vez que
Que resulta de

Indicadores de conclusão

Portanto
Por isso
Daí que
Por consequência / Consequentemente
Por conseguinte
Logo
E por essa razão
Segue-se
Podemos inferir que / Infere-se que
Concluo que
O que mostra que
O que aponta para



Tarefa 1

No texto, identifique a(s) premissa(s) e a conclusão do argumento.

Nas últimas décadas, os carros tornaram-se maiores e é mais difícil estacioná-los. Por isso, os lugares de estacionamento devem passar a ser maiores. É um facto que precisamos de cidades com mais espaços verdes e menor área de estacionamento, mas seria absurdo as pessoas não terem onde deixar os seus carros.

A conclusão deste argumento é

- (A) «seria absurdo as pessoas não terem onde deixar os seus carros.»
- (B) «nas últimas décadas, os carros tornaram-se maiores e é mais difícil estacioná-los.»
- (C) «os lugares de estacionamento devem passar a ser maiores.»
- (D) «precisamos de cidades com mais espaços verdes e menor área de estacionamento.»

*Nas últimas décadas, os carros tornaram-se maiores e é mais difícil estacioná-los. **Por isso, os lugares de estacionamento devem passar a ser maiores.** É um facto que precisamos de cidades com mais espaços verdes e menor área de estacionamento, mas seria absurdo as pessoas não terem onde deixar os seus carros.*

A conclusão deste argumento é

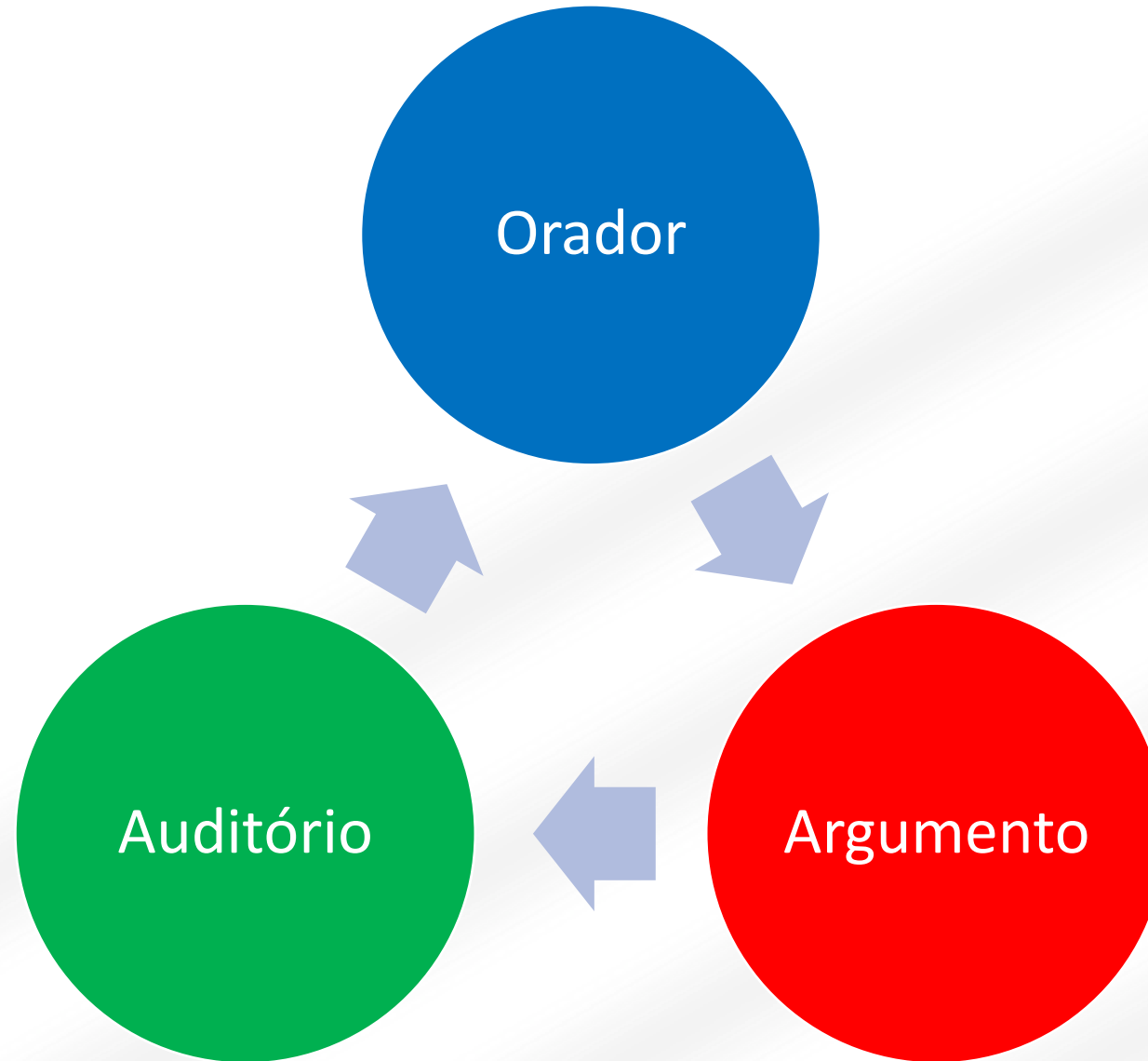
(A) «seria absurdo as pessoas não terem onde deixar os seus carros.»

(B) «nas últimas décadas, os carros tornaram-se maiores e é mais difícil estacioná-los.»

(C) «os lugares de estacionamento devem passar a ser maiores.»

(D) «precisamos de cidades com mais espaços verdes e menor área de estacionamento.»

- o triângulo argumentativo: orador, argumento, auditório



Exemplos: o discurso
publicitário

1. [Iberdrola](#)
2. [Águas de Portugal](#)

Mas... o que é argumentar?

- **Argumentar** é apresentar razões pró ou contra uma tese, mostrando os motivos (racionais) em que se funda uma determinada posição.
- a argumentação visa provocar a adesão do **auditório** (indivíduos reais) a uma determinada conclusão ou tese que lhes parece como razoável (*razoabilidade*);
- é *peçoal*, pois o **orador** tem em conta o **auditório** a que se dirige;
- é variável em função do **auditório**, o que significa que há alteração da *intensidade* dos **argumentos**;
- é situada, pois para ser eficaz requer um contacto entre os sujeitos (orador e **auditório**), não podendo esquecer o contexto em que de decorre (*contextualidade*);
- uma comunicação que decorra com pessoalidade e contextualidade implica a que se estabeleça uma relação entre **orador** e **auditório** que pressupõe a *horizontalidade*: **orador** e **auditório** deverão estar ao mesmo nível em termos de linguagem, conhecimentos ,(...) o que exige um esforço de descentração ao **orador**;
- se queremos captar a adesão intelectual dos destinatários (**auditório**), teremos que ter em conta as suas reações, pelo que outra das características da argumentação será a *malleabilidade*.

Ou seja, para que a argumentação seja eficaz é necessário que...

O orador se dirija a um auditório cujas características conhece antecipadamente;

Seja expressa em linguagem natural (acessível ao auditório);

As premissas da linha argumentativa sejam verosímeis;

A progressão da argumentação dependa do orador: da sua vontade, inteligência e perspicácia na percepção das reações do auditório;

O orador compreenda que as suas conclusões são sempre contestáveis.

Argumentar é o mesmo que demonstrar?

Argumentar é procurar persuadir ou convencer um **auditório** a que nos dirigimos através de um discurso oral ou escrito; é tentar provocar ou aumentar a adesão do auditório às teses e aos argumentos que lhe são apresentados pelo orador. O núcleo central da argumentação **não é** a verdade ou falsidade das proposições, mas sim a **adesão** às teses propostas.

Inversamente, **demonstrar** é apresentar provas lógicas irrecusáveis, de modo a que os interlocutores (**auditório**) se sintam racionalmente constrangido a aceitar a evidência do que é demonstrado pelo **orador**.

Argumentar ou demonstrar?

Argumentar

- dirige-se a um **auditório** “*particular*” (subjetivo);
- exprime-se em linguagem natural;
- as suas premissas são *verosímeis*;
- a sua progressão depende do **orador** (da sua vontade, inteligência e perspicácia na perceção das reações do auditório);
- as suas conclusões são sempre *contestáveis*.

Demonstrar

- dirige-se a um **auditório** *universal*;
- exprime-se frequentemente numa linguagem artificial /técnica/convencional;
- as suas premissas são *verdadeiras*;
- a sua progressão depende da *ordem lógica* dos conteúdos/teses apresentados;
- as suas conclusões são (supostamente) *irrefutáveis*.

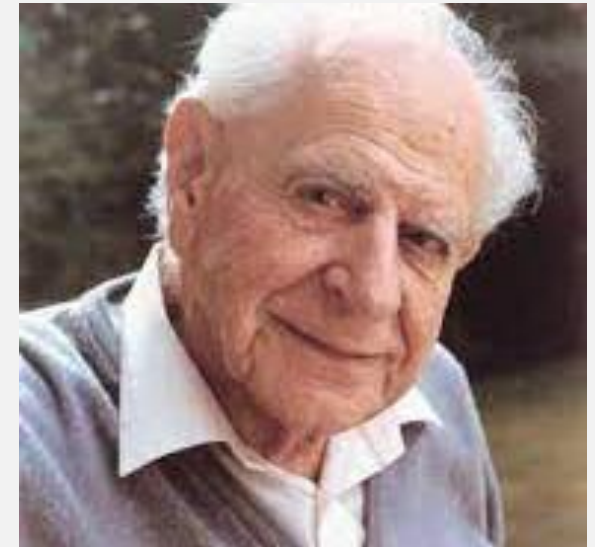
Existe uma dicotomia argumentar X demonstrar?

Não!

- ambas possuem estruturas relativamente semelhantes;
- no decurso da demonstração recorre-se, por vezes, a processos argumentativos;
- a argumentação apoia-se nas leis lógicas da demonstração;
- existem estratégias discursivas que combinam processos argumentativos e demonstrativos.

Pós-modernidade: o renascimento da Retórica

- Na pós-modernidade e no “mundo da pós-verdade”, torna-se necessário desenvolver técnicas argumentativas para fazer prevalecer determinadas teses que são defendidas. O desenvolvimento contemporâneo da teoria da argumentação está, assim, ligado ao exercício do direito à crítica, implicando uma ruptura com a visão do mundo assente no prestígio da autoridade (política, religiosa, científica, filosófica, ...).
- Karl Popper defende que a descoberta científica está mais ligada à “lógica do verosímil” do que à “lógica do verdadeiro”. Thomas Kuhn defende que as teorias científicas se desenvolvem dentro de paradigmas que constituem modelos de interpretação ou sistemas de crenças de uma comunidade científica.
- Torna-se evidente a aproximação da ciência à argumentação.



O renascimento da Retórica



A convicção de que os testes científicos não são concludentes para obrigar a aceitar determinada tese, mas de que é preciso saber argumentar para convencer a comunidade científica respectiva;



A importância dada no nosso século à Filosofia da Linguagem e à Filosofia dos Valores;



A importância do marketing e da publicidade na economia e na política

Uma nova racionalidade argumentativa

As teses defendidas devem ser admissíveis

A demonstração deve recorrer a a esquemas argumentativos

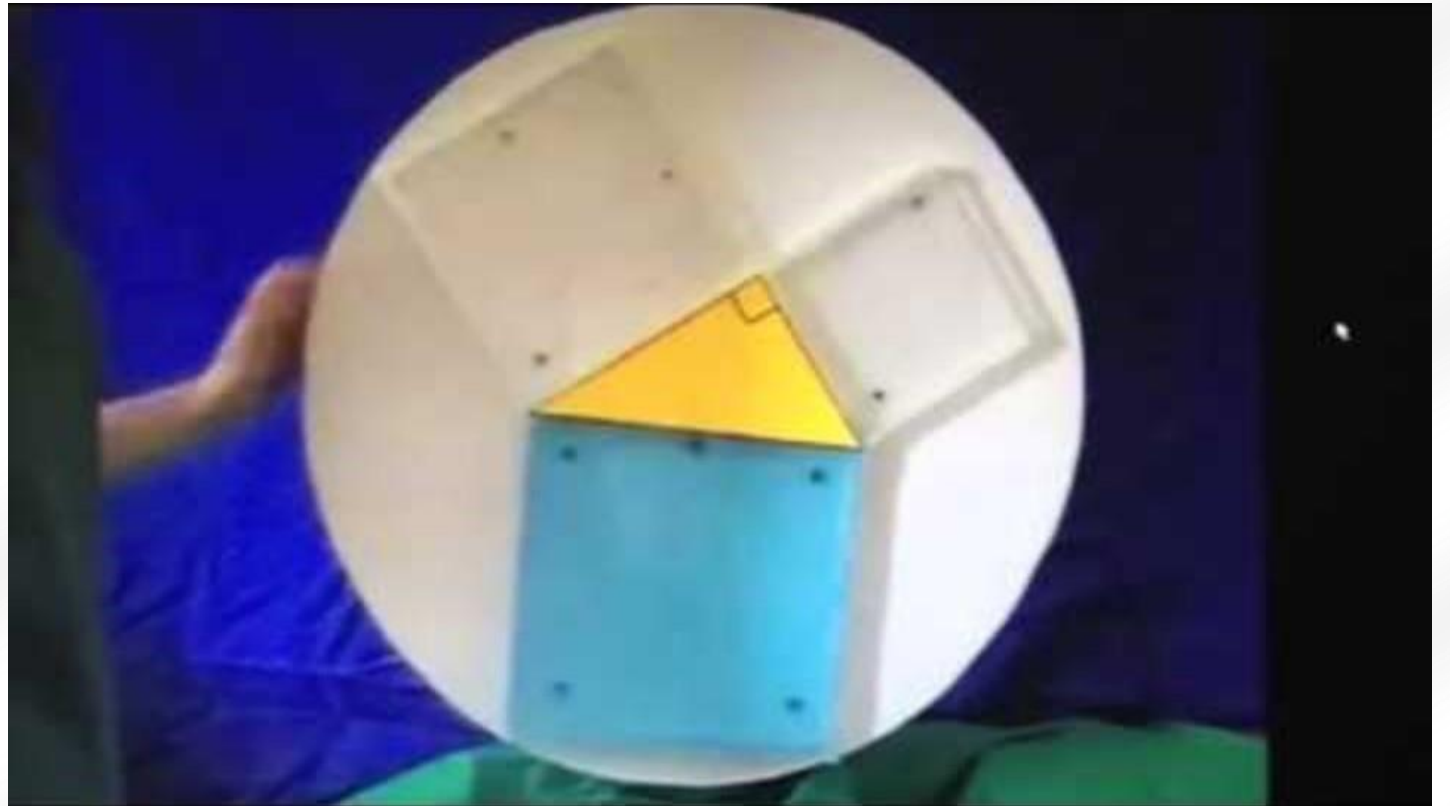
Sociedades democráticas exigem negociação argumentativa



Tarefa 2

Nos próximos dois diapositivos, identifique quais as situações comunicativas onde se encontram discursos argumentativos ou demonstrativos.

Argumentar
ou
demonstrar?
(1)



Argumentar ou demonstrar? (2)

Contrariamente a algumas ideias pré-concebidas, a desertificação não é a expansão dos desertos. Um terço da superfície terrestre do planeta está coberta por ecossistemas de terras secas. Estas zonas são muito frágeis e reagem fortemente ao uso inadequado do solo. Mais de 250 milhões de pessoas em todo o mundo são afectadas pela desertificação. O maior motivo de preocupação é que outras 1.000 milhões de pessoas, em mais de 100 países se encontram em situação de risco. Mais de 70% das terras áridas do planeta (excluindo desertos hiper-áridos), estão degradadas. Estima-se que os efeitos negativos em zonas directamente afectadas pela desertificação causem perdas anuais de receitas de cerca de 42.000 milhões de USD. Este valor apenas considera os custos directos.

Fonte: https://adrat.pt/wp-content/uploads/2018/10/Guia-didatico-internacional-para-a-gestao-eficiente-da-agua_Projeto-AQUANET.pdf

A importância do auditório



- ethos, pathos e logos






ethos, pathos, logos

- Ethos: credibilidade, confiança, integridade, ética e autenticidade do orador.
- Pathos: empatia e emotividade que o orador desperta no auditório.
- Logos: dados, factos e argumentos lógicos e racionais utilizados pelo orador.



A blonde woman with long, wavy hair is shown from the chest up, looking slightly to her right with a confident expression. She is wearing a pink top. The background is dark and out of focus, suggesting a courtroom or a formal setting. In the bottom left corner, there is white text.

LEGALLY BLONDE: LOGOS

THE MAIN CHARACTER IN THIS MOVIE USES LOGO TO PERSUADE THE JURY AND THE JUDGE THAT THE DEFENDANT IS INNOCENT.



Tarefa 3

Ethos, pathos ou logos?

Tarefa:
ethos,
pathos ou
logos?



Elementos não textuais

- pertinência da informação
- organização da exposição
- postura corporal
- contacto visual
- ritmo e tom de voz.



Análise de estratégias de persuasão e técnicas argumentativas.



Conhecimento profundo da tese ou assunto a debater, recorrendo a toda a informação e documentação necessária e relevante



Conhecimento prévio do auditório, em função de quem se organizará a argumentação



Apresentação clara dos argumentos, combinando-os de modo a manter o interesse e a adesão do auditório



Encadeamento coerente dos argumentos

Análise de estratégias de persuasão e técnicas argumentativas.



UTILIZAÇÃO DE CONECTORES LINGÜÍSTICOS PARA MANTER FLUIDEZ NO DISCURSO



UTILIZAÇÃO DE UMA LINGUAGEM PRECISA, EVITANDO CONCEITOS AMBÍGUOS OU INCONSISTENTES



DEMONSTRAÇÃO DAS CONTRADIÇÕES E/OU INSUFICIÊNCIAS DAS TESES ADVERSÁRIAS



UTILIZAÇÃO DAS CRENÇAS (CONJUNTO DE CONHECIMENTOS TIDOS COMO EVIDENTES) E EXPERIÊNCIAS PESSOAIS DO AUDITÓRIO

Análise de estratégias de persuasão e técnicas argumentativas.



Utilização da autoridade de alguém cujo prestígio é reconhecido pelo auditório



Utilização de analogias e comparações simples

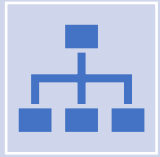


Repetição de argumentos sobre a forma de frases-chave (*slogans*, trocadilhos, jogos de palavras,...)



Recurso a figuras de estilo e efeitos linguísticos (aliteração e assonância, rima, polissíndeto, anáfora, comparação, metáfora, hipérbole, ironia, ...)

A força dos argumentos: ordem nestoriana dos argumentos no discurso (oral).



ordem cronológica: embora seja ideal para a exposição de factos, o facto de ser uma mera narrativa impede-a de alcançar plenamente a complexidade de um discurso argumentativo;



ordem cartesiana, que organiza os argumentos do mais simples para o mais complexo. Trata-se de um modelo rígido que não reage às subjectividades do auditório;



ordens clássicas:

ordem crescente de força dos argumentos

ordem decrescente da força dos argumentos

ordem nestoriana

A força dos argumentos: ordem nestoriana dos argumentos no discurso (oral).



ordem crescente de força dos argumentos: do menos importante para o mais importante. Tem a desvantagem de poder ser desinteressante na fase inicial, levando o auditório a perder o interesse logo no início;



ordem decrescente da força dos argumentos: do mais importante para o menos importante. Permite mobilizar rapidamente o auditório, mas tem a desvantagem de caminhar para o desinteresse;



ordem nestoriana: começa e acaba com os argumentos mais fortes, intercalando-os com os mais fracos.

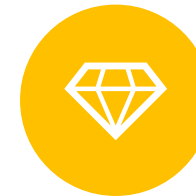
Dominar as técnicas argumentativas não significa ser competente do ponto de vista da argumentação. O que mais pode ser necessário para um bom orador?



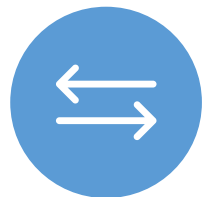
Facilidade de comunicação
(verbal/não-verbal: dicção,
postura, vocabulário, ...)



Segurança, “presença”, à-
vontade, domínio dos
assuntos



Prestígio



Convicção no que
transmite



Capacidade de
“negociação”, de provocar
a adesão



Competência relacional
(interpessoal)

Em síntese...

A competência argumentativa é uma capacidade de pensar e dialogar, mas também uma capacidade de optar e de se comprometer.





Tarefa 4: o debate oral e a ética da comunicação.

A argumentação e cidadania:

- 1) opinião e ciência
- 2) fé religiosa
- 3) sentimentos e emoções

Os limites da argumentação:

- 1) propaganda, desinformação e relativismo
- 2) convencer com razões: liberdade ou manipulação?

Vídeos

- Água; uma história de conflitos - <https://youtu.be/65QKBKfMlig?si=vKhUpjnInAvZxJW5>
- Demonstração do Teorema de Pitágoras com água - <https://youtu.be/zzhndiZyw4?si=dkqG5pykkWwTqE5>
- Mudança climática para crianças - <https://youtu.be/PH5halrNnfl?si=zsE2VjS-px90Eplb>
- Documentário “alterações climáticas” - https://youtu.be/bgdLX7SBXpw?si=-rV_qxlvN5OpJB9Y
- Ethos, Pathos e Logos - https://youtu.be/-oUfOh_CgHQ?si=hYjgZ6hPEeKlOMsk
- Ethos, Pathos e Logos: exemplos - https://youtu.be/TuFmFkj3Ofw?si=yUp4EuK_1InbljQv
- Martin Luther King (discurso) - <https://youtu.be/smEqnklfYs?si=3txXWHJ4CCz-19md>

Livros & Internet

- Breton, P. (1998). A argumentação na comunicação. Lisboa: Dom Quixote.
- Carrilho, M. (1994) (org.). Retórica e Comunicação. Porto: ASA.
- Magalhães, M. (2014). O papel da argumentação filosófica na formação do cidadão. FLUP
- Perelman, C. (1993) O Império Retórico. Porto: ASA.
- Projeto Aquanet - https://adrat.pt/wp-content/uploads/2018/10/Guia-didatico-internacional-para-a-gestao-eficiente-da-agua_Projeto-AQUANET.pdf
- Iberdrola: <https://www.iberdrola.com/sustentabilidade/comprometidos-objetivos-desenvolvimento-sustentavel/ods-6-agua-potavel-e-saneamento>
- Águas de Portugal - <https://www.adp.pt/pt/sustentabilidade/o-valor-da-agua/?id=300>
- Crescimento Verde (institucional) - <https://www.crescimentoverde.gov.pt/compromisso/areas-tematicas/agua/>
- Água do Luso - <https://www.aguadeluso.pt/pt/ciclo-luso/sustentabilidade/sustentabilidade-da-agua/>