

O apelo ao *pathos* em textos e a modalidade argumentativa patêmica

Rafael Lima de Oliveira *

Mônica Magalhães Cavalcante **

Geana Barbosa da Silveira ***

Resumo: Este artigo reflete sobre a modalidade patêmica e sua atualização em gêneros de distintas interações. Nessa modalidade, um ponto de vista é apresentado de modo a sensibilizar o auditório para obter sua adesão (AMOSSY, 2008). Apesar de imprescindível para a constituição dessa modalidade, o apelo ao *pathos* nem sempre corresponde a uma modalidade argumentativa: por vezes, é apenas uma estratégia dentro de qualquer texto, de qualquer modalidade. Para refletir sobre quais traços poderiam particularizar uma modalidade patêmica, analisamos textos nos quais possa ser evidenciado o apelo ao *pathos*.

Palavras-chave: Argumentação. *Pathos*. Modalidade argumentativa patêmica.

Abstract: This article reflects on the pathemic modality and its updating in genres of different interactions. In this modality, a point of view is presented in order to sensitize the audience to obtain its adhesion (AMOSSY, 2008). Despite essential for the constitution of this modality, the appeal to *pathos* does not always correspond to an argumentative modality: sometimes, it is just a strategy within any text, any modality. To reflect on which traits could distinguish a pathemic modality, we analyze texts of different genres in which the appeal to *pathos* can be evidenced.

Keywords: Argumentation. *Pathos*. Pathemic argumentative modality.

Résumé: Cet article réfléchit sur la modalité pathémique et ses mise à jour dans les genres d'interactions différentes. Dans cette modalité, un point de vue est présenté afin de sensibiliser le public pour obtenir son adhésion (AMOSSY, 2008). Bien qu'essentiel pour la constitution de cette modalité, l'appel au *pathos* ne correspond pas toujours à une modalité argumentative: parfois, ce n'est qu'une stratégie à l'intérieur de n'importe quel texte, de n'importe quelle modalité. Pour réfléchir sur les traits qui pourraient distinguer une modalité pathémique, nous analysons des textes de différents genres dans lesquels l'appel au *pathos* peut être mis en évidence.

* Mestre em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará (UFC). <http://orcid.org/0000-0001-7993-1307>

** Professora do Departamento de Letras Vernáculas e do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará (UFC). Doutora em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Líder do Grupo Protexoto (CNPq/UFC). <http://orcid.org/0000-0002-5561-3993>

*** Mestranda em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará (UFC). <http://orcid.org/0000-0003-4592-7865>



Mots-clés: Argumentation. *Pathos*. Modalité argumentative pathémique.

Introdução

As emoções, desde Aristóteles, têm considerável importância nos estudos sobre a complexidade das interações argumentativas. Influenciando diretamente, para o filósofo, nos julgamentos dos seres humanos sobre as coisas, essa prova retórica foi, por vezes, interpretada como mero mecanismo falacioso. No entanto, com base em trabalhos contemporâneos, como os de autores como Charaudeau (2007, 2010), Plantin (2008, 2010) e Amossy (2018), faz-se necessário defender o legítimo lugar do *pathos* nos estudos argumentativos.

A analista do discurso Ruth Amossy (2008), por exemplo, além de considerar essa prova retórica como oportuna para a construção argumentativa dos discursos, propõe, dentro de sua abordagem da argumentação no discurso, que haja um tipo de interação argumentativa (modalidade) em que o apelo às emoções seja fundamental, porque constituiria um propósito desse modo de argumentar. Essa modalidade Amossy (2008) denominou “patêmica”¹.

Com o objetivo de investigar, de modo particular, essa modalidade argumentativa, haja vista que a autora pouco se dedicou a desenvolvê-la em estudos posteriores, neste artigo analisaremos textos de diferentes gêneros discursivos nos quais possa ser evidenciado o apelo ao *pathos* em variadas interações, de diferentes modalidades argumentativas. O intuito é sugerir alguns traços que possam contribuir para uma caracterização da modalidade patêmica.

A abordagem da argumentação no discurso

¹ Na tradução para a língua portuguesa, o termo é traduzido como modalidade patética. No entanto, adotaremos, conforme se vê em Charaudeau (2010), o adjetivo “patêmica”, em vez de “patética”.

A partir da publicação da obra *L'argumentation dans le discours* (2000), Ruth Amossy vem desenvolvendo um estudo que objetiva considerar a argumentação retórica dentro de uma abordagem discursiva, dado que, por muito tempo, observou-se uma cisão entre os estudos da AD e os da argumentação retórica. Para Amossy (2008), considerar a argumentação como parte integrante do discurso requer do analista a busca por meios de estudar a argumentação no contexto dos funcionamentos discursivos, quer dizer, analisá-la em um quadro comunicacional e sócio-histórico, percebendo como ela se inscreve no texto considerando a interdiscursividade.

Nessa articulação que propõe, Amossy recorre à retórica, tanto aristotélica quanto perelmaniana, e também convoca instrumentos analíticos das ciências da linguagem, principalmente da análise do discurso de linha francesa. A autora parte do pressuposto de que todo discurso comporta uma *dimensão argumentativa*, uma vez que toda fala, de algum modo, busca “modificar a orientação dos modos de ver e de sentir” de um público (AMOSSY, 2018, p. 7). Dizer que todo discurso tem uma dimensão argumentativa implica dizer que a atualização dessa interdiscursividade em textos é sempre, em alguma medida, argumentativa, desde uma notícia publicada no jornal a uma mensagem de “bom dia” no *Whatsapp*.

Essa concepção de argumentação constitutiva de todo texto, na qual se baseia este artigo, desvia-se de uma concepção estritamente retórica, de “visada persuasiva”, pois dá ao fenômeno um olhar mais ampliado. Para Amossy, a ação de argumentar equivale não apenas a uma tentativa de levar um auditório à adesão de uma tese, como defenderam Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014) na *Nova Retórica*, mas também a uma “tentativa de modificar, de reorientar, ou, mais simplesmente, de reforçar, pelos recursos da linguagem, a visão das coisas da parte do alocutário” (AMOSSY, 2011, p. 130).

Em vista disso, tomando como base a proposta de Amossy, admitimos, como já dito em trabalhos anteriores (CAVALCANTE *et al.*, 2019; CAVALCANTE; PINTO; BRITO, 2018), que todo texto comporta uma *dimensão argumentativa*, mas só alguns textos apresentam uma estratégia de persuasão programada de modo a organizar argumentos em prol de uma opinião a ser defendida. Amossy propõe que estes sejam

considerados como textos de *visada argumentativa*, como o anúncio publicitário, a propaganda eleitoral, a redação do ENEM etc.

Com base em Charaudeau (2008), pleiteamos que a argumentação deve ser vista como parte integrante do funcionamento dos textos, uma vez que, para o semiolinguista, todo ato de linguagem emana de um sujeito, que gera sua relação com o outro (premissa que chamou de *princípio de alteridade*); além disso, toda interação se apoia num jogo de influências mútuas, pois o locutor tenta agir sobre o outro (*princípio de influência*), mas gere essa relação prevendo que o interlocutor também tem seu projeto de influência (*princípio de regulação*). Essa influência mútua, presente em toda interação e nas negociações dos interlocutores para a construção de sentidos, reflete-se nas escolhas textuais, ao mesmo tempo que é por elas condicionada. Cabe, desse modo, ao analista do texto, “descrever e explicar as estratégias de colocar em texto (isto é, de *textualizar*) os propósitos dos interlocutores que agem em práticas discursivas convencionadas como gêneros do discurso” (CAVALCANTE, 2016, p. 118). Atentemos para o seguinte exemplo:

Exemplo 1 – Tweet do perfil @3guerramundial



3° Guerra Mundial
@3guerramundial

"2020 vai ser um ano de muita luz"

A luz:



14:30 · 03 jan 20 · [Twitter for Android](#)

3.622 Retweets 7.991 Curtidas

Fonte: Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/3guerramundiial/status/1213150750097981445?s=19>.

Acesso em: 07 jan. 2020.

O *tweet* acima foi publicado no dia 3 de janeiro de 2020 e traz, em seu contexto, uma citação (marcada por aspas: “2020 vai ser um ano de muita luz”), o nome do perfil e do usuário (3ª Guerra Mundial / @3guerramundial) responsável pela postagem, a data e o horário da publicação e o número de vezes que o *tweet* foi *retweetado* e curtido por outros usuários (3.622 e 7.991 respectivamente). Além disso, há uma parte imagética que compõe o *tweet* (a imagem de uma bomba nuclear após explodir), a qual é introduzida por um trecho verbal (“A luz:”).

O contexto de produção desse *tweet* concerne ao ataque organizado pelos Estados Unidos, sob ordem do presidente norte-americano Donald Trump, no aeroporto de Bagdá, que resultou na morte do general iraniano Qasem Soleimani, considerado um dos homens mais importantes do país. O ataque, ocorrido no dia 2 de janeiro de 2020, levou o Irã a prometer uma vingança, o que provocou, nos usuários da internet, uma grande especulação sobre a probabilidade de uma Terceira Guerra Mundial.

O *tweet* convoca uma citação - “2020 vai ser um ano de muita luz” - que remete não a um texto específico, mas a um conjunto de textos (e, por isso, trata-se de uma alusão ampla) divulgados no período das festas de Ano Novo, que desejam bons sentimentos para o ano que se inicia. O humor proposto pelo texto advém da recategorização do referente “luz”, que, inicialmente, é introduzido como uma ideia de que o ano trará muita paz, alegria, harmonia (sentimentos bons, iluminados), e, em seguida, é recategorizado quando se exemplifica² que a luz é, na verdade, a gerada pela bomba nuclear, aludindo ao contexto supracitado pela utilização da metonímia, tendo em vista que a imagem da bomba representaria a ideia de uma guerra.

O *post* acima, ao fazer humor sobre a situação conflituosa entre os EUA e o Irã, não necessariamente defende uma tese, embora saibamos que todo texto apresenta, com muitos implícitos, um posicionamento discursivo, que, necessariamente, opõe-se a outros posicionamentos sobre essa mesma questão. Poderíamos dizer, portanto, que o *tweet* acima não corresponde a um texto de *visada argumentativa*, uma vez que não é

² Os dois-pontos costumam ser usados na introdução de exemplos, notas ou observações. Neste caso, a utilização dos dois pontos auxilia na ideia de exemplificação.

possível observar uma estratégia de persuasão programada, mas apresenta, pela simples tentativa de provocar humor nos usuários da rede social (ação bem-sucedida se considerarmos, por exemplo, o número de compartilhamentos e de curtidas que o *post* recebeu), uma dimensão argumentativa.

A noção de modalidade argumentativa

É necessário ressaltar que o pressuposto de que a argumentação é inerente a todo discurso estimulou Amossy (2008) a incorporar a sua proposta, que respeita grandemente o acontecimento do texto em diferentes interações, o estabelecimento de uma nova noção, a qual chamou de *modalidade argumentativa*. Tal noção tem relevante importância para os estudos argumentativos, uma vez que nos apresenta a ideia de que toda argumentação é regida por fatores contextuais e discursivos. Isso significa dizer que todo projeto persuasivo se manifesta de diferentes modos e está subordinado à situação de enunciação e às restrições impostas pelos gêneros discursivos e pelos modos de interagir.

Desse modo, Amossy (2008, p. 232) define modalidade argumentativa como uma “troca argumentativa que, atravessando os gêneros do discurso, modelam a forma como a argumentação funciona num quadro tanto dialogal quanto dialógico”. Pensando no funcionamento da argumentação em diferentes situações de comunicação, Amossy propõe uma lista não exaustiva de modalidades, a saber: modalidade *demonstrativa*, *patêmica*, *pedagógica*, *de coconstrução*, *negociada* e *polêmica*. Essas modalidades são discriminadas, como resume Macedo (2018, p. 51), com base em Amossy (2008), a partir de três parâmetros:

- i) os papéis desempenhados pelos participantes da interação, ou seja, se desempenham, por exemplo, papéis de parceiros ou de adversários;
- ii) o modo pelo qual ocorre a tentativa de persuasão, isto é, se é visivelmente mais apaixonada ou mais racional, se é colaborativa ou instrutiva etc.;
- iii) o modo como o interlocutor é concebido na interação, se é visto como um ser mais racional ou sentimental, se é concebido como um aluno, um cúmplice, um rival etc.

Esses critérios envolvem sobretudo, a nosso ver, a projeção que o locutor faz do interlocutor e do terceiro, e conseqüentemente o modo como o locutor se vê e se coloca nessa interação: que *ethos* ele espera construir de si e, por outro lado, que imagens ele faz do interlocutor; que papéis sociais, em termos profissionais e sociais, os participantes tentam representar no texto e em que papel argumentativo cada um se posiciona (de proponente ou de oponente). Além disso, ou em decorrência disso, que gêneros e que modos de interagir são recorrentemente associados a esse modo de argumentar? E como os recursos linguageiros do *logos* e do *pathos* costumam ser mobilizados em relação aos gêneros e aos modos de interação?

Discutiremos, a seguir, de modo resumido, sobre as modalidades argumentativas propostas pela autora e, posteriormente, teceremos reflexões mais particulares à modalidade argumentativa patêmica.

A primeira modalidade descrita por Amossy (2008) é a *modalidade demonstrativa*, na qual uma tese é apresentada pelo locutor em um discurso que pode ser monogerido ou dialogal³. Devido à apresentação de uma tese, essa modalidade é corriqueiramente confundida com o que comumente se entende por argumentação, em gêneros como o artigo de opinião, a redação do Enem etc., porém essa modalidade não engloba a totalidade da argumentação discursiva, sendo somente uma de suas possibilidades.

Há também a *modalidade pedagógica*, em que, segundo Amossy (2008, p. 234), “uma instância de alocação em posição superior transmite um saber e leva à reflexão um auditório que ocupa o lugar de aprendiz, pelas vias do diálogo ou da troca verbal sob a forma monogerada”. Nessa modalidade, então, teremos um locutor que transmite um saber e prepara seu dizer de modo a repassar convincentemente ao auditório que é verdadeiro e pertinente adquirir tal conhecimento, fazendo a seleção do que e como será dito para convencer e ensinar o alocutário. Um exemplo notável de gênero que se estabelece nessa modalidade é o gênero aula.

³ Amossy (2017) distingue textos em monogeridos/monogerados, nos quais somente um locutor decide sobre como trazer outras vozes ao texto, e poligeridos/dialogais, nos quais as trocas de gestão de vozes do que está sendo dito ocorrem no momento de produção do próprio texto.

Na *modalidade de coconstrução*, são estabelecidas “interações concretas ao longo das quais os participantes coconstroem as respostas para o problema levantado em conjunto” (AMOSSY, 2008, p. 234). São exemplos de gêneros que se estabelecem nessa modalidade as audiências de conciliação, a reunião profissional, entre outros que necessitam da interação entre locutor e auditório para que a argumentação se constitua.

Já na *modalidade negociada*, de acordo com Amossy (2008, p. 235), “parceiros que ocupam posições divergentes [...] se esforçam para encontrar uma solução para o problema comum que os divide”, portanto diz respeito a uma negociação entre as partes envolvidas no contrato comunicativo. Alguns exemplos de gêneros são as trocas diplomáticas orais e escritas, as negociações comerciais e as audiências de conciliação.

Além dessa, Amossy propõe uma modalidade que se estabelece, diferente das outras, em uma retórica do dissenso⁴ - a *modalidade polêmica*, que obtém cada vez mais relevância devido, principalmente, à dedicação de Amossy em caracterizá-la e promover um estudo aprofundado sobre ela. Amossy (2008) a apresenta como uma confrontação violenta entre teses antagônicas, na qual duas instâncias em completo desacordo tentam obter a adesão de um terceiro que a tudo assiste, atacando as teses adversárias e desacreditando o adversário. Desse modo, os debates políticos, o embate sobre questões divisórias de opinião, como a legalização do aborto, a pena de morte, a diminuição da maioria penal, são todos temas em que podemos ver eclodir a atualização da modalidade polêmica.

Por fim, na *modalidade patêmica*, “uma tese e um ponto de vista são apresentados no discurso monogerido ou num diálogo de modo a ‘tocar’ o auditório, para obter sua adesão” (AMOSSY, 2008, p. 233). Sendo assim, o *pathos* é essencial para compreendermos tal modalidade, que usa do apelo à emoção como a base de sua argumentação. A autora cita como exemplos de gêneros que privilegiam essa modalidade o apelo à ajuda humanitária, o poema lírico, a declaração de amor etc.

Há que se admitir que os parâmetros distintivos das modalidades argumentativas ainda carecem de uma sistematização mais criteriosa. Nesta etapa da pesquisa, apenas

⁴ Amossy (2017, p. 41) busca “fazer justiça ao lugar de uma retórica do dissenso, isto é, de uma gestão de conflito de opinião sob o modo de dissidência, e não de uma busca de acordo”.

refletimos sobre um deles: o investimento em recursos linguageiros do *pathos* nas tentativas de influência sobre o outro, interlocutor ou terceiro.

O papel do *pathos* na construção da argumentação

Apesar de ser traço imprescindível para a constituição de uma modalidade – a modalidade patêmica –, o apelo ao *pathos*, em uma complexidade de situações enunciativas, nem sempre corresponderá a uma modalidade argumentativa, mas a uma estratégia argumentativa como outras. Como visto nos estudos da argumentação, o *pathos* é uma das três provas retóricas propostas por Aristóteles (2000), ao lado do *ethos* e do *logos*. Para o autor, uma das três possibilidades de persuasão é a de levar o auditório a sentir emoção por meio do discurso. Isso significa dizer que o locutor é responsável por mobilizar os recursos necessários para tornar o interlocutor mais sensível à tese apresentada. Desse modo, o *pathos* é definido, segundo o filósofo, como “sentimentos que, causando mudança nas pessoas, fazem variar seus julgamentos, e são seguidos de tristeza e prazer, como a cólera, a piedade, o temor, e todas as outras paixões análogas, assim como seus contrários” (ARISTÓTELES, 2000, p. 5).

Cabe salientar que nem sempre essa prova retórica foi bem vista nos estudos da argumentação. Se, para Aristóteles, que dedicou um tomo de sua obra só para tratar do *pathos*, mobilizar as emoções era característica necessária para o empreendimento retórico, para outros autores, as paixões foram interpretadas como uma ameaça à razão. Não à toa, Plantin (2008) interpretou essas abordagens retóricas, inclusive a Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), como retóricas sem emoções, uma vez que enfocavam no estudo do *logos*, nos raciocínios e nas técnicas argumentativas, e evidenciavam certo receio no tratamento do *pathos*.

No entanto, adotaremos, neste artigo, uma perspectiva teórica similar à de autores como Charaudeau (2007, 2010), Plantin (2008, 2010) e Amossy (2017, 2018), porque, assim como esses autores, buscamos observar as emoções pelo que elas têm de racional, ou, dizendo à nossa maneira, pelo modo intencionalmente estratégico pelo qual se suscitam as emoções no interlocutor e no terceiro. Com base em Oliveira

(2020), defendemos que a emoção, como realidade vivenciada por um sujeito, não corresponde a um objeto de investigação linguística. Todavia, quando observada pela expressão de recursos linguageiros, será encarada como manifestação do *pathos* em uma mobilização estratégica⁵, que pode ser apenas suposta em uma análise como um efeito possível.

Como havíamos dito, o apelo ao *pathos*, somente quando imprescindível para os propósitos de um dado gênero em dadas interações, corresponderá a uma modalidade argumentativa. Em muitos casos, entretanto, a mobilização do *pathos* é exclusivamente uma estratégia, um modo pelo qual ocorre a persuasão em determinada modalidade. O apelo às emoções surge, por exemplo, como uma característica possível em outras modalidades argumentativas, como na polêmica, uma vez que se observa considerável frequência da utilização dessa estratégia nas interações desse tipo de troca argumentativa. Mas não se pode afirmar que a finalidade de uma atualização polêmica seja despertar emoções no interlocutor e no terceiro, como acontece nos gêneros que poderiam enquadrar-se na modalidade patêmica.

Cabe salientar que quem dita, em parte, as possibilidades de o apelo às emoções ser admitido ou simplesmente incabível são as restrições impostas pelos gêneros discursivos, pois, assim como a própria construção da argumentação, a mobilização do *pathos* é tributária dos quadros genéricos e sociais. Influenciam também nessa questão a relação existente entre os parceiros da troca argumentativa e os propósitos dos interlocutores, sobretudo porque os gêneros são maleáveis e os participantes da interação tentam dosar, com base nas convenções sociais, como calcular graus de intimidade, de cortesia, de transgressão às normas.

Nesse ponto, poderíamos pensar sobre quais critérios diferenciariam um texto que tão somente mobiliza o *pathos* para se tornar mais persuasivo de um texto que é moldado por uma modalidade argumentativa patêmica. Que tipos de gêneros possibilitariam, de certa forma, a construção da argumentação no âmbito dos

⁵ Conceber a mobilização do *pathos* como estratégia, isto é, como “um conjunto de ações planejadas e coordenadas por um ator para atingir um objetivo específico” (PLANTIN, 2016, p. 552, tradução nossa), reflete na compreensão de que essa mobilização é da ordem do racional e não meramente uma pulsão irracional.

parâmetros dessa modalidade argumentativa? Este trabalho levanta a hipótese de que os gêneros mais convencionalmente inscritos na modalidade patêmica investem mais no *pathos*, por meio de recursos languageiros vários, do que no *ethos* e do que nos raciocínios lógicos.

O apelo ao *pathos* em diferentes gêneros

Buscando tecer algumas considerações sobre a modalidade argumentativa patêmica, analisaremos textos de diferentes gêneros, nos quais possa ser evidenciada a mobilização do *pathos*. Tencionamos refletir principalmente sobre as possíveis diferenças entre a modalidade patêmica e a exclusiva estratégia de persuasão usada em outras modalidades.

Começemos, pois, tratando dos gêneros que compõem as campanhas educativas de trânsito. No Brasil e em outros diversos países do mundo, são muito comuns campanhas de conscientização no trânsito, que são produzidas e veiculadas principalmente por órgãos governamentais e que visam à redução do número de acidentes de trânsito e de mortes nas rodovias de cada país. Essas campanhas, por terem papel essencialmente educativo, são transmitidas na internet e nas redes televisivas com considerável frequência, além de figurarem em *outdoors*, revistas, jornais etc. Sabe-se também que, muito comumente, elas costumam se utilizar do apelo às emoções como estratégia para gerar maior impacto no público: não à toa é possível encontrar, em pesquisas na *web*, compilações de vídeos das campanhas de trânsito mais impactantes e criativas⁶.

Todo esse conteúdo utilizado para gerar conscientização nos motoristas, se pensarmos simplesmente na questão do propósito central da produção desses textos, estaria moldado em uma modalidade argumentativa pedagógica. Primeiramente, é necessário perceber que quem produz essas campanhas são, geralmente, órgãos governamentais, que observam seus interlocutores como motoristas que precisam de

⁶ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/marketing/a-luta-da-propaganda-por-um-transito-mais-justo/>. Acesso em: 01 mar. 2020.

um reforço quanto ao aprendizado de uma conduta responsável no trânsito. O modo pelo qual ocorre a tentativa de persuasão é que varia dentro desse tipo de discurso de conscientização no trânsito, que ora surge mais objetivo, com frases clichês que normalmente parafraseiam a legislação de trânsito, ora surge mais subjetivo, apelando às emoções dos interlocutores. É neste último caso, de fazer do apelo ao *pathos* também uma finalidade do próprio gênero, que se instaura uma modalidade argumentativa patêmica.

Atentemo-nos ao exemplo a seguir:

Exemplo 2 – Campanha da Semana Nacional do Trânsito, em Juazeiro (BA).



Fonte: RedeGN. Disponível em:

http://www.geraldojose.com.br/mobile/index.php?sessao=noticia&cod_noticia=55279. Acesso em 23 jan. 2020.

A campanha, organizada pela Companhia de Segurança, Trânsito e Transportes (CSTT) de Juazeiro (BA), fez parte de uma programação em comemoração à semana nacional do trânsito. O texto multimodal é composto por uma imagem ilustrativa de um boneco atravessando a pista na faixa de pedestre, o que é enfatizado na frase “A faixa é do pedestre!”, em que se utiliza o sinal de exclamação e se amplia o tamanho da fonte utilizada para dar destaque. Em seguida, há o trecho verbal “Respeite a faixa. Pare para o pedestre atravessar e só prossiga quando ele chegar ao outro lado da calçada. A vida agradece.”, além dos logotipos dos órgãos institucionais.

O texto acima, particularmente, trata do respeito à faixa de pedestre e funciona de modo bastante objetivo, uma vez que o locutor dita de forma bem explicada como o motorista deve agir em relação ao pedestre. O modo como se estabelece a argumentação nesse texto pode tornar mais evidente o fato de esse gênero corresponder à estrutura de uma *modalidade pedagógica*, tendo em vista não só o objetivo central da produção do texto, como também os papéis desenvolvidos pelos interlocutores da situação comunicativa.

No entanto, como havíamos dito, nem sempre a tentativa de persuasão para esse gênero ocorre pela construção de um arrazoado explícito. Muitas vezes, os criadores das campanhas apelam para dizeres e imagens impactantes, com intuito de chamar atenção do interlocutor e, possivelmente, gerar maior reflexão para o conteúdo que ali se encontra. Nesses casos, pensamos que esteja envolvida mais de uma modalidade: tanto a modalidade pedagógica quanto a patêmica. Vejamos um exemplo popular no Nordeste, de uma campanha da empresa Bandeirantes, que chegou aos *outdoors* das capitais.

Exemplo 3 – Campanha de trânsito da Bandeirantes.



Fonte: Bora Fazer. Disponível em: <https://borafazer.wordpress.com/2011/12/15/bandeirantes-outdoor-3/>.

Acesso em: 03 jan. 2020.

O texto, como nos mostra a frase no canto inferior (“Neste Carnaval, não brinque no trânsito”), foi produzido em uma grande campanha para ser veiculado no feriado do Carnaval, época do ano em que normalmente aumenta o número de acidentes e mortes no trânsito, devido ao fato de motoristas dirigirem alcoolizados. Nesse texto há uma imagem que simula uma estrada e há um trecho verbal que é utilizado como estratégia argumentativa para expressar um humor sarcástico, uma vez que propõe uma espécie

de banalização da morte de um ser humano, ainda que esse tenha infringido leis. É importante ressaltar que interpretamos a campanha como texto de humor sarcástico, pois ela se contrapõe de modo proposital, para gerar impacto, a uma *doxa*⁷ muito presente na sociedade, a qual coloca e valoriza a vida humana acima de qualquer circunstância. Isso faz com que, por consequência, a morte, a menção a ela ou a iminência de seu acontecimento seja, muitas vezes, um conteúdo emocionalmente marcado, dado que normalmente suscita sentimentos como a tristeza.

No exemplo, a frase se inicia com o trecho “Bebeu e está dirigindo?”, comum também a outros exemplos dessa mesma campanha. Em seguida, há um trecho verbal que diz “Vai ficar lindo com uma coroa de flores”. Primeiramente, faz-se necessário perceber o contexto de produção dessa campanha, que foi criada para ser veiculada em *outdoors*, ou seja, para estar visível justamente aos motoristas de diferentes veículos. É por esta razão que a *dêixis* é convocada no texto, ainda que em elipse (*Você bebeu e você está dirigindo?*), pois funciona, na construção do apelo ao *pathos*, para o engajamento do interlocutor na cena que se pretende criar em seguida.

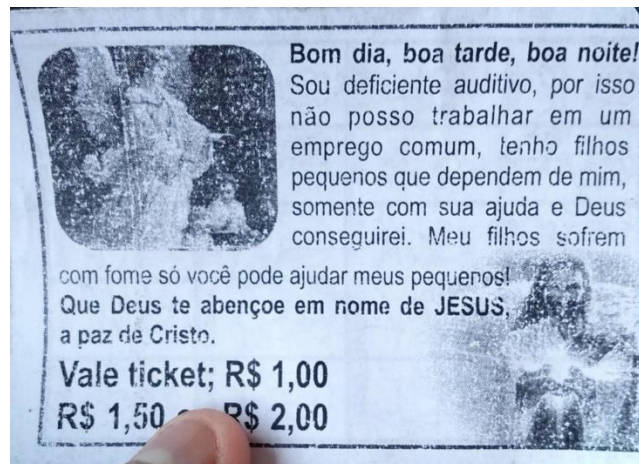
No exemplo 3, a expressão referencial “coroa de flores” faz emergirem pelo menos dois referentes no texto – velório e enterro -, duas cerimônias que comumente ocorrem após o falecimento de um ser humano. Todos esses referentes contribuem para a construção de uma rede referencial que pretende comover o interlocutor. Além disso, o texto cria, implicitamente, uma espécie de silogismo - “Se bebeu e dirigiu, logo morreu”. Nesse tipo de construção, não é oferecida ao interlocutor, já engajado nessa cena, outra possibilidade, fato que pode ser confirmado logo abaixo, na frase que diz “Beber e dirigir é suicídio”, dado que o interlocutor, consciente desse raciocínio silogístico, não terá outra saída caso cometa esse ato ilícito. Pensamos que, ao criar uma relação necessária (e não somente possível) entre dirigir alcoolizado e sofrer acidente de trânsito seguido de morte, o texto mobiliza a figura do *pathos*.

Em outros gêneros discursivos, embora muitas vezes não saibamos como nomeá-los, pode ser percebida certa construção emocional que muitas vezes é prevista pelos

⁷ A *doxa* é um espaço de crenças coletivas, o saber compartilhado em uma dada comunidade, em uma dada época.

interlocutores da situação comunicativa como um traço característico. Nesses gêneros, é recorrente a utilização de linguagem mais comovente para que seja atingido um determinado propósito comunicativo.

Exemplo 4 – Fotografia de bilhete de pedido de ajuda em Fortaleza, no Ceará.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A imagem acima é uma fotografia feita por nós de um bilhete de pedido de ajuda entregue em um ônibus na cidade de Fortaleza, no Ceará. Nele, além das imagens de um anjo no canto superior esquerdo e de Jesus Cristo no canto inferior direito, há um trecho verbal que se inicia com a saudação “Bom dia, boa tarde, boa noite!”, que serve para qualquer turno em que esteja sendo entregue para os passageiros do ônibus. Em seguida, há a apresentação de uma pessoa que é deficiente auditiva e que, por essa razão, está impossibilitada de trabalhar em um emprego comum. O bilhete pede ajuda para que a pessoa consiga alimentar os filhos que dependem dela e “sofrem com fome” e termina com uma descrição de valores que podem ser doados (chamados de vale *ticket*).

Alguns elementos auxiliam a mobilização da figura patêmica nesse texto. Há, pela referência, a construção da imagem de uma pessoa deficiente e necessitada e também de crianças dependentes que sofrem com fome. Acreditamos que a introdução dos referentes “filhos pequenos” e o modo como são recategorizados, como crianças que passam fome, sejam as principais estratégias para a mobilização do sentimento de compaixão, tendo em vista que se busca não só a compreensão do estado emocional de

quem sofre, mas principalmente a busca para que seja minorado esse sofrimento através da doação. A construção, pela imagem, de referentes de pessoas passando fome, tomando como base os valores de uma determinada comunidade, é certamente muito impactante para milhares de pessoas, por se tratar de uma questão de sobrevivência, uma vez que se alimentar é algo imprescindível. Outros fatores que contribuem para essa mobilização é a utilização de imagens e dizeres religiosos, pois, de certo modo, envolvem a caridade, muito difundida nos discursos religiosos.

Esse tipo de bilhete de pedido de ajuda é muito comum em transportes públicos, devido à grande circulação de pessoas e ao fato de que esses são ambientes propícios para que as pessoas, enquanto esperam seu ponto de descida, tenham tempo para ler os bilhetes, diferentemente se fossem entregues nas calçadas enquanto as pessoas passam. Eles costumam ser curtos, tratam predominantemente de questões sensíveis, como desemprego, pobreza extrema e enfermidades, e, geralmente, convocam o leitor, pela utilização de formas dêiticas (como o “você”, no exemplo 4), não só para gerar uma reação emocional, mas também para que ele se sinta incitado a ajudar.

Vejamos outro gênero em que o apelo às emoções pode ser presumível:

Exemplo 5 – Parte de embalagens de cigarro no Brasil.



Fonte: Agência Brasil. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-12/anvisa-divulga-novas-imagens-de-advertencia-para-embalagens-de-cigarros>. Acesso em: 01 mar. 2020.

No Brasil, desde 1996, os fabricantes de cigarro são obrigados a estampar, em suas embalagens, imagens fornecidas pela Anvisa que alertam para as consequências da utilização do tabaco. Desde então, toda e qualquer embalagem de cigarro no Brasil contém imagens como as do exemplo 5, que utilizam em destaque amarelo o dêitico “Você” e, em cada imagem, alguma consequência do uso de tabaco, como “prejudica”, “envelhece” e “infarta”. Além do cotexto verbal, utilizam-se imagens fortes, como a de uma criança inalando fumaça e tossindo, a de uma mulher jovem com rosto bastante envelhecido e a de um homem que está com as mãos no peito e com feições de dor, sugerindo um infarto.

A construção das embalagens apela ao medo principalmente pela questão imagética, dado o destaque às imagens impactantes. Em outros exemplos⁸, podem ser encontradas imagens ainda mais fortes, como a de um feto em um vaso sanitário, uma pessoa em uma maca e outra chorando ao lado e um pé com gangrena, todas aludindo a consequências da utilização do tabaco. Pelo aspecto de advertência, essas embalagens cada vez mais ganham tom comovente, para convencer as pessoas a não utilizarem esse produto tóxico. É comum também a utilização de formas dêiticas (como o “você”), que, neste caso, podem se dirigir a qualquer interlocutor, em raciocínios como “Se você fuma, você prejudica/infarta/morre/adoece/envelhece etc.” ou “Se você fumar, você

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/anvisa-divulga-novas-imagens-de-advertencia-para-embalagens-de-cigarro.ghtml>. Acesso em 01 mar. 2020.

prejudicará/infartará/morrerá/adoecerá/envelhecerá etc.”, colocando-o em uma situação desagradável, da qual não desejará fazer parte, e mobilizando sentimentos como medo e culpa pelas consequências do ato de fumar.

Como pode ser percebido, esses gêneros, dos exemplos 4 e 5, parecem ter o apelo às emoções como um traço característico ou simplesmente como algo esperado pelos interlocutores na situação comunicativa. Essa afirmação nos levaria a crer que esses são gêneros que privilegiariam a modalidade argumentativa patêmica, uma vez que têm o propósito de sensibilizar o leitor, com a construção de redes referenciais que provoquem comoção, com base em determinadas doxas, para “tocar” o interlocutor e o terceiro e obter sua adesão.

Considerações finais

Partindo da hipótese de que a simples manifestação de apelo à emoção em textos não seria suficiente para comprovar a ocorrência de uma modalidade argumentativa patêmica, este trabalho propôs investigar, de modo particular, essa modalidade sugerida por Amossy (2008), refletindo sobre quais critérios poderiam auxiliar na caracterização desse tipo de troca argumentativa. Com esse intuito, confrontamos manifestações de apelo ao *pathos* em diferentes gêneros.

Apesar de termos observado algumas semelhanças entre as estratégias utilizadas nos textos que supomos serem de modalidade patêmica, os dados que elegemos para análise não nos possibilitaram chegar a constatações mais precisas sobre que parâmetros auxiliariam na caracterização desse tipo de troca argumentativa, de modo que essa fosse diferenciada de uma exclusiva mobilização do *pathos* como estratégia de persuasão. Além disso, acreditamos que não seja possível ter garantia de que os textos (4) e (5), para atender a seus propósitos comunicativos, possam se valer exclusivamente de uma construção mais patêmica, uma vez que não seja improvável pensá-los por meio de uma construção mais racional.

Desse modo, sugerimos que os questionamentos e as hipóteses levantadas sobre a modalidade argumentativa patêmica neste artigo sejam retomados em estudos posteriores, com uma análise de um *corpus* mais variado.

Referências

- AMOSSY, R. As modalidades argumentativas do discurso. In: LARA, G.; MACHADO, I.; EMEDIATO, W. (org.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. v. 1. p. 231-254.
- _____. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução: Eduardo Lopes Piris, Moisés Olímpio-Ferreira. *EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, n. 1, p. 129-144, jun./nov. 2011.
- _____. *Apologia da polêmica*. São Paulo: Contexto, 2017.
- _____. *A argumentação no discurso*. Tradução: Eduardo Lopes Piris et al. São Paulo: Contexto, 2018.
- ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. Tradução: Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- CAVALCANTE, M. M. Abordagens da argumentação nos estudos de Linguística Textual. *ReVEL*, edição especial, v. 14, p. 106-124, 2016.
- _____; PINTO, R.; BRITO, M. Polêmica e argumentação: interfaces possíveis em textos midiáticos de natureza política. *Diacrítica*, Braga, v. 32, p. 5-24, 2018.
- _____; BRITO, M. A. P.; GIERING, M. E.; PINTO, R. A negociação persuasiva para análise da argumentação nos discursos. *Revista (Con)Textos Linguísticos*, Vitória, v. 13, n. 25, p. 99-116, 2019.
- CHARAUDEAU, P. Pathos e discurso político. In: MACHADO, I. L., MENEZES, W., MENDES, E. (org.). *As emoções no discurso*, volume I. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 240-251.

- _____. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, E.; MACHADO, I. L. (org.). *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado de Letras, 2010. v. 2. p. 23-56.
- MACEDO, P. S. A. *Análise da argumentação no discurso: uma perspectiva textual*. 2018. 245 f. Tese (Doutorado em Linguística) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.
- OLIVEIRA, R. L. *Uma análise textual do pathos em polêmicas*. 2020. 144f - Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Linguística, Fortaleza, 2020.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado de argumentação: a nova retórica*. Tradução Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.
- PLANTIN, C. *A argumentação: história, teorias e perspectivas*. São Paulo: Parábola, 2008.
- _____. As razões das emoções. In: MENDES, E.; MACHADO, I. L. (org.). *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado das Letras, 2010. v. 2. p. 57-80.
- _____. *Dictionnaire de l'argumentation: une introduction aux études d'argumentation*. Lyon: ENS Éditions, 2016.

Recebido em 07/03/2020.

Aprovado em 31/05/2020.