



## **A ARGUMENTAÇÃO NA PALESTRA MOTIVACIONAL “APRENDA A AUMENTAR AS SUAS VENDAS” DE DANIEL GODRI**

Bruno Moreira da Silva (PIC/Uem), Wiliam César Ramos (Orientador), e-mail: bruno031296@gmail.com.

Universidade Estadual de Maringá/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes/Maringá, PR.

**Área: Linguística. Subárea: Teoria e Análise Linguística.**

**Palavras-chave:** palestra motivacional, técnicas de argumentação, recursos de presença.

### **Resumo**

O objetivo deste estudo é investigar o efeito persuasivo da utilização de técnicas argumentativas e recursos de presença no gênero palestra motivacional, por meio do estudo das obras de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Abreu (2004) e Ramos (2011) que descrevem e exemplificam os tipos de técnicas de argumentação e recursos de presença. Neste estudo identificamos as técnicas de argumentação e os recursos de presença utilizados na palestra motivacional do palestrante e escritor Daniel Godri “Aprenda a Aumentar a suas Vendas” e analisamos as técnicas argumentativas e os recursos de presença identificados.

### **Introdução**

A palestra é um gênero que ocorre em diversos meios sociais e com finalidades relativamente diferentes. Dentre as palestras, destacamos neste trabalho, as palestras motivacionais (RODRIGUES; FIGUEIREDO, 2009) devido ao seu caráter persuasivo (CORTINA, 2008). Esse tipo de palestra é construído com base em técnicas argumentativas e em recursos de presença. Levando isso em conta, utilizaremos as técnicas elencadas por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Abreu (2004) e Ramos (2011), para analisar a palestra motivacional “Aprenda a Aumentar a suas Vendas”, em vídeo, do escritor e palestrante Daniel Godri, destacando e analisando suas técnicas argumentativas e recursos de presença.





## Materiais e métodos

Primeiramente, estudamos as técnicas argumentativas e os recursos de presença descritos por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Abreu (2004) e Ramos (2011), e com base nesse material, elaboramos a fundamentação teórica. Em seguida, selecionamos a palestra motivacional do palestrante e escritor Daniel Godri “Aprenda a Aumentar a suas Vendas”. Por fim, identificamos as técnicas e os recursos utilizados pelo palestrante durante sua palestra e listamos os resultados.

## Resultados e Discussão

Durante a análise da palestra motivacional, percebemos o prevaletimento da argumentação pelo exemplo. Durante a palestra, o palestrante conduziu sua apresentação utilizando exemplos generalizados para persuadir o auditório por meio da demonstração de regras ilustradas nos exemplos. E juntamente com os argumentos, Godri também utiliza recursos de presença como imagens e a repetição constante da expressão “uau”, para auxiliar no processo de argumentação, além de utilizar também os lugares da argumentação para estabelecer noções aos seus argumentos, seja de qualidade, quantidade, do existente ou de pessoa.

### Quadro 1 – Síntese dos resultados

<b>Técnicas Argumentativas</b>	
<b>ARGUMENTOS</b>	
ARGUMENTO PELO EXEMPLO (Argumentos 1-6)	Utilização do parque de diversões da Disney como exemplo. (Argumentos 1, 2, 3 e 4); Utilização da história da ida ao cabeleireiro como exemplo; (Argumento 5) Utilização da história da pensão como exemplo. (Argumento 6)
ARGUMENTO PELO MODELO (Argumento 1)	A Disney é utilizada como um modelo de empresa a ser seguido.
<b>LUGARES</b>	
LUGAR DE QUALIDADE (Argumento 1)	Estabelecimento da qualidade do atendimento (“a Disney consegue





	momentos mágicos”)
LUGAR DO EXISTENTE (Argumento 2)	Emprego de algo que já existe (qualidade no atendimento)
LUGAR DE QUANTIDADE (Argumento 3)	Emprego de porcentagens (“Setenta por cento dos clientes que tão lá...”)
LUGAR DE PESSOA (Argumento 4)	Valorização da pessoa (“A Disney faz com que o seu funcionário se sinta único”)
LUGAR DO EXISTENTE (Argumento 4)	Utilização da já existente relação de funcionário-cliente como uma qualidade da empresa
LUGAR DE QUALIDADE (Argumento 5)	Valorização da qualidade do serviço. Quem oferece o melhor serviço mantém o cliente.
LUGAR DE QUALIDADE (Argumento 6)	Valorização da qualidade do serviço. Não é necessário ter um grande capital para oferecer um bom serviço.

Fonte: Elaboração própria.

## Conclusões

Nesse gênero argumentativo e persuasivo, pudemos analisar a presença de várias técnicas argumentativas, que são utilizadas em conjunto, com o objetivo de convencer e persuadir o auditório. Durante o trabalho, percebemos o quão presente e importante é o uso dessas técnicas em uma argumentação, uma vez que as técnicas elencadas auxiliam na construção do argumento como elemento para convencer. Esse tipo de análise pode ser aplicada em outros gêneros argumentativos para investigar o efeito persuasivo de argumentos utilizados no discurso.

## Agradecimentos

À Universidade Estadual de Maringá, que promove o Programa Iniciação Científica – PIC. Ao Professor Dr. Wiliam César Ramos, pela oportunidade de participar do projeto de iniciação científica e pela orientação durante o desenvolvimento.

## Referências

ABREU, A. S. **A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção**. 5ª. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.





CORTINA, A. Recursos persuasivos nos textos de auto-ajuda. In: FIGUEIREDO, M. F.; MENDONÇA, M. C.; ABRIATA, V. L. R. (Orgs.). **Sentidos em movimento: identidade e argumentação**. Franca: UNIFRAN, 2008. p. 87-110. (Coleção Mestrado, 3). Disponível em: <<http://publicacoes.unifran.br/index.php/colecaoMestradoEmLinguistica/article/view/412/339>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RAMOS, W. C. **Um roteiro para a escrita de abstracts: estrutura retórica e técnicas de argumentação**. 2011. 345 f. Tese. (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2011.

RODRIGUES, R. F. L.; FIGUEIREDO, M. F.. A elocução retórica das palestras motivacionais: recursos de presença do discurso empresarial. **Web-Revista Discursividade: Estudos Linguísticos**, v. 5, p. (?), Dez. 2009. Disponível em: <<http://www.discursividade.cepad.net.br/>>. Acesso em: 15 Jan. 2015.

