

ASPECTOS ARGUMENTATIVOS E PERSUASIVOS DO DISCURSO PRESIDENCIAL DE HILLARY CLINTON

André Felipe Krebs da Silva (PIC/Uem), Luis Filipe da Silva (PIC/Uem -
Coautor), Wiliam César Ramos (Orientador), e-mail:
andre.krebs012@gmail.com

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Humanas/ Maringá,
PR.

Letras e Artes/ Letras

Palavras-chave: argumentação, persuasão, discurso presidencial, Hillary Clinton

Resumo:

Como ocorre em toda campanha eleitoral, a disputa entre o candidato do partido republicano, Donald Trump, e a candidata do partido democrata, Hillary Clinton, que concorrem à presidência dos Estados Unidos, tem sido repleta de discursos que visam a conseguir o maior número possível de eleitores. O ato de convencer opera no plano das ideias, ao passo que o ato de persuadir opera no plano das emoções. Muitas vezes, o limite entre o convencer e o persuadir é muito tênue. Nas mais variadas situações, utilizamos a argumentação e a persuasão quando defendemos a nossa opinião ou quando queremos levar alguém a uma ação. Os estudos em argumentação permitem aguçar essa habilidade que é muito importante para o professor de língua, portanto o objetivo do presente Projeto de Iniciação Científica é analisar a argumentação e a persuasão no discurso presidencial da candidata democrata à presidência dos Estados Unidos, Hillary Clinton.

Introdução

A argumentação e a persuasão estão presentes nas mais diversas situações comunicativas do nosso dia a dia. Estamos sempre tentando convencer o outro de nossas ideias ou então persuadi-lo a praticar uma ação, por exemplo emprestar dinheiro e fazer um favor, dentre tantas outras. De acordo com Abreu (2013), quando estamos tentando convencer alguém, estamos trabalhando com as ideias, fazendo ligações entre a tese que estamos defendendo e as justificativas que a sustentam, e quando estamos tentando persuadir alguém estamos trabalhando com as emoções, procurando comover o interlocutor para leva-lo a praticar uma ação, por exemplo persuadi-lo a doar dinheiro para uma instituição de caridade, ou demovê-lo dela, por exemplo fazê-lo desistir da ideia de parar o seu curso de graduação. Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), muitas vezes a linha

que separa o convencer do persuadir é imperceptível e deve continuar assim.

Dentre os gêneros textuais que são caracterizados pelo aspecto argumentativo e persuasivo, os discursos presidenciais se destacam por serem dirigidos a um auditório que se procura convencer de que as ideias apresentadas são as melhores que as do outro candidato, e persuadi-lo a votar no candidato que profere o discurso. No momento atual, as eleições presidenciais nos Estados Unidos tem sido o centro das atenções, pois é quando será eleito o líder mais poderoso do mundo. O partido republicano tem como candidato o empresário Donald Trump, que concorre com a candidata do partido democrata Hillary Clinton, ex-secretária de estado. Na disputa pelo poder da maior economia do mundo, ambos proferem discursos em que a argumentação e a persuasão são as principais armas para conseguir o apoio do povo americano nas urnas.

O processo argumentativo exige ideias coerentes e que vão ao encontro das expectativas do auditório ao qual o discurso se dirige, portanto aprender a argumentar significa aprender a articular as ideias no contexto sociocomunicativo para atingir propósitos retóricos tanto em situações formais como informais. Tendo em vista que saber argumentar e persuadir é uma habilidade importante e, para os professores de língua, uma habilidade essencial no trato com os alunos, pois ele não só ensina a língua no âmbito gramatical e lexical, mas também no âmbito argumentativo, o presente Projeto de Iniciação Científica tem como objetivo analisar a argumentação e a persuasão presentes no discurso presidencial de Hillary Clinton, candidata do partido democrata nas eleições dos Estados Unidos de 2016.

O discurso persuasivo é produzido por enunciador (*ethos*) que objetiva a articulação eficiente entre palavra e razão (*logos*) a fim de causar uma reação naqueles que ouvem (*pathos*) (MOSCA, 1997). Neste estudo, analisaremos como Hillary Clinton constrói a sua imagem de candidata adequada para a presidência (*ethos*) e organiza o seu discurso presidencial (*logos*) empregando técnicas argumentativas (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005) de modo a persuadir o eleitor americano (*pathos*) a votar nela. Na construção da argumentação, o orador precisa conhecer o seu auditório, para não ferir nenhum de seus valores. Os valores constituem parâmetros morais que os indivíduos de uma sociedade consideram como verdadeiros em uma dada época (FIORIN, 2015). Os valores e outros elementos argumentativos serão também analisados neste estudo.

Materiais e métodos

A metodologia deste trabalho está organizada em quatro etapas. Primeiramente serão estudados e descritos os elementos argumentativos e persuasivos discutidos por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Abreu (2013), Ramos (2011), Fiorin (2015) e Mosca (1997), para a elaboração do arcabouço teórico do trabalho. Em seguida, serão identificados os elementos argumentativos e persuasivos presentes no discurso presidencial de Hillary Clinton, e será analisado como os elementos argumentativos e persuasivos

do discurso de Hillary Clinton se articulam para conseguir o apoio do eleitorado americano, explicitando e discutindo algumas técnicas argumentativas utilizadas, os valores que elas visam defender, o *ethos*, o *pathos* e o *logos* do discurso.

Resultados e Discussão

Em seu discurso, Hillary Clinton costuma tratar-se a si própria pela primeira pessoa do plural “we” (nós) em vez da forma singular “I” (eu). Esse emprego visa passar a impressão de que as ideias que está expondo são compartilhadas por seus ouvintes, ou seja, a impressão de estar servindo de porta-voz do pensamento coletivo americano. Com relação às técnicas argumentativas, ela utiliza os argumentos de desperdício, transitividade, divisão, autoridade, exemplo, pragmático, justiça, comparação e compatibilidade, além dos lugares de pessoa e qualidade. Esses argumentos articulam o *logos* do discurso para defender valores como a confiança, a igualdade e a prosperidade, de modo a construir um *ethos* responsável e comprometido com a nação. Para isso, ela concebe o eleitorado americano, o seu auditório particular e universal, como um *pathos* que anseia por um presidente confiável e comprometido com o bem-estar e a prosperidade dos americanos.

Conclusões

Neste projeto de iniciação científica, conseguimos cumprir os objetivos iniciais a nós propostos, a saber: identificar e analisar aspectos argumentativos e persuasivos do discurso presidencial da Hillary Clinton. Estudamos, compreendemos e identificamos as técnicas argumentativas (PERELMAN, 2005; ABREU, 2013; RAMOS, 2011), os valores defendidos (FIORIN, 2015), o *ethos*, o *logos* e o *pathos* (MOSCA, 1997), presentes no discurso de Hillary Clinton. Posteriormente, analisamos como esses elementos articulam-se para angariar o apoio do eleitorado americano. Os resultados deste projeto de iniciação científica contribuem para os estudos sobre argumentação, relacionando elementos da velha e da nova retórica.

Agradecimentos

Ao Prof. Dr. Wiliam César Ramos, pelo apoio e confiança dedicados ao nosso projeto. À Universidade Estadual de Maringá pelo apoio aos projetos de iniciação científica e a todos os envolvidos com o nosso projeto de pesquisa.

Referências

ABREU, Antônio S. **A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção**. 13ª ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2013.

FIORIN, José L. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2015.

MOSCA, Lineide L. S. **Velhas e novas retóricas: convergências e desdobramentos**. In: MOSCA, Lineide do Lago Salvador (Org.). *Retóricas de ontem e de hoje*. São Paulo: Humanitas, 1997. p. 17-54.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Tradução Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RAMOS, Wiliam C. **Um roteiro para a escrita de abstracts: estrutura retórica e técnicas de argumentação**. 2011. 347 f. Tese. (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2011.