

<http://dx.doi.org/10.17648/eidea-12-1327>

PROLEGÔMENOS À ANÁLISE DA ARGUMENTAÇÃO VISUALⁱ

Georges Roqueⁱⁱ

Resumo: Baseado na teoria perelmaniana da argumentação, este trabalho apresenta uma reflexão acerca das condições de uma análise da argumentação das imagens, diferentemente de uma retórica das imagens, procurando responder (1) se a imagem busca mais a persuadir do que a convencer e (2) se a possibilidade de uma argumentação visual é muito limitada, considerando que é impossível representar graficamente uma inferência lógica. Assim, essa reflexão conduz, primeiramente, à defesa da legitimidade de uma abordagem argumentativa da imagem e, posteriormente, à sugestão de uma proposta metodológica para abordagem da argumentação visual. Ao conceber a argumentação não em termos de inferências ou de silogismo, propõe-se que é possível compreender os mecanismos argumentativos dos enunciados visuais. Então, inspirando-se na Teoria da Argumentação na Língua, indica como transpor para a imagem a estrutura argumentativa tal como a concebem Anscombe & Ducrot. Por fim, examina uma gravura de Leopoldo Mendéz, para mostrar como é possível explorar certos *topoi* em vez de outros, num determinado projeto de persuasão.

Palavras-Chave: Argumentação. Imagem. Enunciado visual. *Topoi*.

Abstract: Drawing upon Perelman's Theory of Argumentation, this paper presents a reflection about the conditions for an argumentative analysis of images, distinguished from a Rhetoric of images, aiming to consider (1) if the image seeks to persuade more than to convince and (2) if there are limits to the possibility of visual argumentation, since it's impossible to pictorially represent a logical inference. Thus, through this reflection, we primarily defend the legitimacy of an argumentative approach to image and, afterwards, we suggest a methodological approach to visual argumentation. By conceiving argumentation not in terms of inference or syllogism, we propose that's possible to understand the argumentative mechanisms supporting visual utterances. Then, inspired by the Theory of Argumentation within language, we show how to transpose to images the argumentative structures proposed by Anscombe and Ducrot. Lastly, we examine an engraving by Leopoldo Mendéz, in order to show how it's possible to explore certain *topoi* instead of others according to a certain project of persuasion.

Keywords: Argumentation. Image. Visual utterance. *Topoi*.

ⁱ A Revista EID&A agradece vivamente a Eduardo Chagas Oliveira pela autorização da publicação desta tradução do original: ROQUE, Georges. *Prolégomènes à l'analyse de l'argumentation visuelle*. In: OLIVEIRA, Eduardo Chagas (Org.). *Chaim Perelman: Direito, Retórica e Teoria da Argumentação*. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana; Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Pesquisas em Filosofia, 2004. p. 95-114.

ⁱⁱ Doutor em Filosofia pela Universidade de Montreal, Canadá, e em História da Arte, pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), França. Pesquisador do CNRS, França, desde 1982, e diretor de pesquisas associado ao Centre de Recherches sur les Arts et le Langage (CRAL), unidade mista do CNRS/EHESS. E-mail: roque@ehess.fr.

Introdução

Eu tive a sorte de assistir aos cursos de Chaïm Perelman, quando eu era estudante de filosofia na Universidade Livre de Bruxelas. No entanto, na época, eu não aproveitei muito. É verdade que suas aulas, em que ele lia com uma voz monótona o texto de um fascículo mimeografado, eram bem enfadonhas – reconhecer isso não retira em nada seus méritos – e que a teoria da argumentação não estava no programa de filosofia; ele devia sem dúvida ensiná-la no Departamento de Direito. Mas quando, para minha tese de doutorado, eu me interessei pela análise das imagens, a fim de poder compreender o interesse que apresentavam as obras de Magritte para a publicidade, eu então me volvei para a teoria da argumentação e levantei a hipótese de que Magritte fazia uso de uma argumentação visual particularmente eficaz, que era em seguida retomada para fins publicitários ou de propaganda política.

Quando o livro originado dessa tese foi publicado (ROQUE, 1983), eu enviei um exemplar a Perelman, sabendo que ele se interessava por Magritte, com quem ele havia mantido correspondência e do qual ele possuía dois quadros. E durante uma estada em Bruxelas, eu tive a oportunidade de falar com ele sobre isso. Era em 1983. Ele me disse que a ideia de uma argumentação visual lhe parecia válida dentro de certos limites: ele havia, notadamente, recebido um estudo italiano de cartazes políticos, baseados em seus trabalhos, que lhe parecia convincente, mas do qual ele infelizmente não pôde me dar as referências. Suas reservas, no entanto, diziam respeito a dois pontos importantes: 1) a imagem busca mais a persuadir ou a seduzir do que a convencer; 2) a possibilidade de uma argumentação visual é muito limitada, pelo fato de que é impossível representar graficamente uma inferência lógica.

Essa conversa foi a última que tive com Perelman. De volta de uma estada na Austrália, ele já havia tido um primeiro ataque cardíaco, e me havia confiado que ele tinha decidido, apesar da opinião de seu médico e de seus próximos, nada mudar em sua forma de vida: descansar lhe parecia viver em câmera lenta; assim ele preferia continuar a trabalhar sabendo que ele estava à mercê de uma outra crise, que, com efeito, o levaria alguns meses mais tarde.

Eu não sei se as reservas manifestas por Perelman me pareceram um obstáculo insuperável e me desencorajaram; o fato é que eu não prossegui meus trabalhos na direção de uma argumentação visual, a respeito da qual eu escrevia à época que “tudo, ou quase, permanece ainda por fazer” (ROQUE, 1983, p. 143). Só recentemente eu retornei a isso. Sendo assim, eu desejaria, à

guisa de contribuição a esse número de homenagem¹, tentar responder às duas objeções que Perelman havia formulado.

A questão de saber se é possível argumentar por meio de imagens não é nova. Ela havia sido inclusive objeto de um número da revista *Argumentação*. Apresentando o número, os dois editores se perguntavam logo de início: “É possível argumentar sem palavras? Há uma retórica da imagem e, em particular, do quadro?”; vários autores assim se interrogaram “sobre a possibilidade de uma retórica não verbal e de uma iconicidade persuasiva” (BECKER & KIBÉDI-VARGA, 1993, p. 1). O problema, no entanto, que coloca inicialmente essa apresentação, e que a leitura do número confirma, é que os termos “argumentação” e “retórica” são tomados aí como sinônimos. Na realidade, as contribuições buscaram menos as condições de possibilidade de uma argumentação visual do que elementos propensos a confirmar a existência – que, de resto, ninguém mais hoje deveria contestar – de uma retórica da imagem. Essa está, com efeito, bem estabelecida há muito tempo, ao menos num sentido estrito, o de uma retórica das figuras. Desse ponto de vista, a contribuição de vários dos colaboradores daquele número foi considerar a retórica visual sob outro ângulo, o da expressão das paixões, que lhe convém, com efeito, muito bem, e ao qual Charles Le Brun havia, na França, dado seus títulos de nobreza desde a época clássica (LE BRUN, 1980). Talvez seja por esse viés, o do velho imperativo ciceroniano do “*movere*”, que esses autores pensam reunir o *pathos* a uma visada argumentativa. Eu voltarei a esse ponto.

Meu propósito é outro: tratar-se-ia de fundar, em teoria ao menos, os direitos de uma argumentação visual. Por que *argumentação*, e não *retórica*? Primeiramente, porque a expressão “retórica da imagem” já existe e remete em geral a uma retórica das figuras, de modo que ela considera sempre – com uma exceção notável, a do Grupo μ (1992) – o aspecto icônico da imagem, negligenciando seus componentes plásticos. Ora, uma tal redução da retórica à análise apenas das figuras procede do empobrecimento do campo da retórica que denunciava anteriormente Genette em um texto que se tornou clássico (GENETTE, 1970). Dada essa redução da retórica a seu valor “ornamental”, estudar a imagem sob o ângulo das figuras provém de um trabalho de classificação que não nos ajuda em nada a compreender seus mecanismos argumentativos: identificar no interior de uma imagem o equivalente de um

¹ NT: O autor refere-se à obra *Chaim Perelman: direito, retórica e teoria da argumentação*, onde o texto original em francês encontra-se publicado.

anacoluto ou de uma hipálage não nos informa sobre a maneira pela qual essa figura intervém no interior de um procedimento argumentativo. Esse exercício, por mais útil que ele possa ter sido num primeiro momento, não ultrapassa, no entanto, o nível do inventário ou do catálogo.

A outra razão mais fundamental (mas ligada à primeira), que me faz me posicionar a favor de uma argumentação – e não somente de uma retórica – da imagem, está ligada ao descrédito geralmente devotado à imagem: essa seria bem própria a suscitar emoções, mas seguramente não para argumentar, se essa última atividade implica colocar em jogo processos racionais. Insistir sobre os usos argumentativos da imagem é, pois, querer lhe atribuir mais do que um papel puramente retórico, que somos frequentemente tentados a lhe conceder um tanto facilmente, sem dúvida, por razões que nos será preciso justamente examinar.

Mas, por enquanto, convém de início precisar em que sentido eu entendo aqui “argumentação”. Se empregamos o termo no sentido de teoria da argumentação², ele não pode evidentemente se aplicar à imagem. E se entendemos por argumentar, em outra de suas acepções, o fato de invocar razões favoráveis ou desfavoráveis a uma tese pesando o favorável e o contrário, essa definição não se aplica tampouco à imagem, que só apresenta geralmente uma única opinião. Por outro lado, aceitaremos sem dúvida como podendo se estender à imagem a definição geral da argumentação discursiva que dá Perelman: “O objetivo de uma argumentação não é deduzir as consequências de certas premissas, mas provocar ou aumentar a adesão de um auditório às teses que apresentamos a seu assentimento” (PERELMAN, 1977, p. 23)³.

Uma das vantagens que apresenta, a meus olhos, tal definição, é que ela evita reduzir a argumentação a um silogismo, e atenua assim consideravelmente o alcance da ideia segundo a qual a imagem não poderia argumentar, uma vez que ela é incapaz de raciocinar sob forma silogística. No entanto, a hipótese segundo a qual a imagem argumentaria, a exemplo do discurso, provocando ou aumentando a adesão do auditório, também suscita resistências, dentre as quais as do próprio Perelman. Inúmeros são os filósofos que consideram que a imagem não argumenta, apresentando claramente argumentos que poderíamos refutar. Ela imporia um ponto de vista, por meios

² Isto é, “a maneira de apresentar e de dispor os argumentos; o termo designa também o conjunto dos argumentos que resulta dessa apresentação” (PERELMAN, 1985, p. 637).

³ Destaques do autor. Essa definição havia já sido dada em Perelman e Olbrechts-Tyteca (1970, p. 5).

mais persuasivos que racionais, e de maneira insidiosa, sem instaurar as condições de um diálogo que facilitaria o acordo ou o desacordo.

No que concerne ao fato de que a imagem não permite réplica, como um diálogo permitiria, o argumento repousa sobre uma comparação inexata. A maior parte do tempo, o orador esconde seu jogo e não anuncia logo de início aonde ele quer chegar, nem como ele considera fazer para provocar a adesão do auditório. Além disso, é raro que esse tenha a possibilidade de réplica. Todo discurso político transmitido na televisão coloca o telespectador nas mesmas condições que um anúncio publicitário: se ele quiser desmontar seus mecanismos argumentativos, será preciso analisá-lo.

Quanto à ideia segundo a qual a imagem seria mais persuasiva do que racional, ela necessita de mais amplos desenvolvimentos. Notemos inicialmente que um outro interesse, a meus olhos, da definição de Perelman citada acima, é de não dividir os meios que permitem provocar ou aumentar a adesão do auditório, esses meios podendo então ser “persuasivos” ou “racionais”. Ora, seguindo uma velha divisão metafísica, a *imagem* se opõe ao *discurso* (oral ou escrito), como o *emocional* se opõe ao *racional*, de modo que somos geralmente conduzidos, por assim dizer “naturalmente”, a colocar a imagem no lado persuasivo. Donde a resistência que suscita a hipótese de uma argumentação visual. E, como uma imagem é mais frequentemente acompanhada de um texto, essa oposição tem notadamente como efeito favorecer o texto em detrimento da imagem, à qual se encontra conferido o estatuto secundário de ilustração: assim o sentido seria dado pelo texto (polo racional), enquanto que a imagem só serviria mais frequentemente a atrair a atenção (polo emocional). Ou ainda, considera-se que, dada sua polissemia, a imagem não pode significar sozinha, de modo que o texto que a acompanha serviria para “ancorar” a significação, segundo a expressão de Roland Barthes (1992, p. 31). Ora, colocar em evidência esse papel de ancoragem é esquecer que o texto também é polissêmico, e que certas imagens referenciais, de sentido unívoco, podem também “ancorar” o sentido de um texto polissêmico (ROQUE, 1990).

É, aliás, interessante notar que essa mesma divisão se encontra no interior da imagem, onde ela toma a forma da oposição *desenho/cor*: nessa perspectiva, o *desenho* é considerado como fixo e racional, enquanto que a *cor* seria mutável, emocional, etc. Ora, essas séries de oposições atravessam e trabalham também a retórica. Na medida em que o *desenho* seria o elemento estável da forma e a *cor* o elemento mutável e “acidental”, essa última foi

rapidamente assimilada a uma coloração com a qual não se pode contar para identificar as formas representadas. Donde, por analogia, a expressão “cores da retórica”, para designar, ao mesmo tempo, o ornamento do discurso e o discurso enganador (LICHTENSTEIN, 1989, p. 111 ss.). Assim, o ornamento estaria para a retórica como a cor para o desenho, e a imagem para o texto.

1 Convencer e persuadir

Poderíamos facilmente convocar aqui as análises derrideanas relativas ao estatuto de “suplemento” do ornamento, do *parergon* (DERRIDA, 1978). Mas prefiro prosseguir por outra via. Se, por trás da oposição texto/imagem, figura a do racional e do emocional, essa última rege também a oposição entre convencer e emocionar (cf. BARTHES, 1970, p. 198-99): convenceríamos por argumentos racionais, enquanto que buscaríamos emocionar nos dirigindo não à razão, mas aos sentimentos. A oposição vizinha, mas mais complexa, entre convencimento e persuasão, provém igualmente da mesma divisão. É evidentemente fácil marcar os limites e as insuficiências dessa divisão. Assim, por exemplo, Olivier Reboul tem perfeitamente razão em criticar essa distinção fazendo perceber seu dualismo, “uma vez que ela opõe no homem o ser de crença e de sentimento ao ser de inteligência e de razão” (REBOUL, 1991b, p. 5), de modo que ele propõe simplesmente abandoná-la. O problema, no entanto, dada a carga metafísica que veiculam essas oposições, é que não basta querer suprimi-las para delas se desfazer. A prova disso é que, duas páginas mais adiante, o mesmo autor introduz outra distinção, entre argumentativo e oratório, que recai sob o golpe das mesmas críticas que ele dirigia àquela entre convencer e persuadir, uma vez que os meios persuasivos “são, uns de ordem racional, outros de ordem afetiva”. A nuance que ele traz em seguida: “Ou, para dizer melhor: uns mais racionais, outros mais afetivos, pois em retórica razão e sentimentos são inseparáveis” (REBOUL, 1991b, p. 7), essa nuance, portanto, parece bem... retórica, se é verdade que na sequência ele continua a se fiar nessa distinção que é, a seus olhos, “fundamental”. E, de fato, no glossário que fecha a obra, o oratório é definido aí como “aquilo que, numa mensagem retórica, é mais de ordem afetiva do que argumentativa” (REBOUL, 1991b, p. 236).

Com a evocação da argumentação, nós estamos quase de volta ao nosso ponto de partida, a oposição entre argumentação e retórica, que eu havia colocado do ponto de vista visual. Novamente, a argumentação seria a parte

racional, a retórica a parte mais emocional. Donde minha insistência sobre a importância a ser conferida à argumentação visual, para contrabalançar sua concepção tradicional em termos de retórica (isto é, de ornamentos ou de expressão das paixões), em que domina o aspecto afetivo.

O que nos reconduz, pois, às relações da argumentação com a retórica. Na verdade, a ascensão da vertente argumentativa da retórica é, em suma, recente: é sobretudo na segunda metade do século XX que se desenvolveu a ideia de constituir uma “nova” retórica, que fosse essencialmente racional. Tal é evidentemente o caso da obra de Perelman que parece bem assimilar pura e simplesmente argumentação e retórica, deixando, assim, de lado os aspectos da retórica que não seriam puramente racionais. Uma das características mais interessantes dessa abordagem é que mesmo as figuras de retórica são pensadas sob o ângulo de seu valor argumentativo: assim, a metáfora é vista como uma analogia condensada. O inconveniente, por outro lado, consiste em querer forjar essa ficção de uma retórica puramente argumentativa, isto é, desembaraçada de seus aspectos afetivos ou emocionais. O que não se dá sem contradições.

Com efeito, em um texto antigo, útil porque anterior ao *Tratado da argumentação*, e de alguma forma programático – ele revela e anuncia o campo que ia cobrir o *Tratado da argumentação* –, Perelman e Olbrechts-Tyteca começavam pela oposição tradicional entre os meios de convencer e os meios de persuadir, “os primeiros sendo concebidos como racionais, os segundos como irracionais” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 1989, p. 66). Os autores se apoiam em Kant para pôr em evidência uma série de oposições que se encadeiam com essas que nos ocupam aqui: o convencimento se opõe à persuasão como a objetividade se opõe à subjetividade, a ciência à opinião, a razão à sugestão, a realidade à aparência. Ora, todo o esforço – meritório – dos autores consistirá em abrir o campo do convencimento, isto é, da argumentação, situando-o precisamente entre o domínio restritivo da lógica formal e o domínio “irracional” da sugestão (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1989, p. 70, p. 93). Se a tentativa é, como já disse, de um grande interesse, na medida em que ela consiste, pois, em isolar e em desenvolver o aspecto puramente racional da argumentação retórica, ela não se dá sem dificuldades, como prova o conceito complexo de “auditório universal”, que, de resto, suscitou muitas interpretações.

A oposição convencer/persuadir é, com efeito, retomada no *Tratado da argumentação*, e desenvolvida sob um ângulo particular, o da natureza do

auditório ao qual nos dirigimos: “Nós nos propomos a chamar *persuasiva* uma argumentação que só pretende valer para um auditório particular e chamar *convincente* aquela que se supõe obter a adesão de todo ser racional” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 1970, p. 36). Ora, o problema que é colocado pela oposição convencer/persuadir não é sobreposto invocando a ideia do auditório universal: ele é simplesmente transposto. Da mesma forma que é difícil, como concordam, além disso, os dois autores, dissociar o convincente do persuasivo, é igualmente delicado diferenciar auditório particular e auditório universal, ainda mais que existe uma dissimetria entre os dois: o auditório particular é o auditório real ao qual nos dirigimos, enquanto que o auditório universal é a ficção forjada pelo orador que pretende empregar apenas argumentações racionais, independentemente do auditório real e particular, destinatário obrigatório de seu discurso:

Se o auditório universal de cada orador pode ser considerado, de um ponto de vista exterior, como um auditório particular, não se pode negar que, a cada instante e para cada um, existe um auditório que transcende todos os outros, e que é difícil circunscrever como auditório particular (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 1970, p. 40)

De minha parte, não vejo em que é “difícil” considerar como particular o auditório que é verdadeiramente particular, exceto se buscamos, como é o caso aqui, separar persuadir e convencer. Se persuadimos sempre um auditório particular, e se não há auditório que não seja particular, que fazer da argumentação racional e convincente, se isso não é forjar a ficção de um auditório que “transcende” – esse é o termo utilizado – todos os outros, da mesma forma que a razão deve transcender o afetivo para fazer valer seus direitos. Face a um problema similar – separar a filosofia da sofística –, Platão já havia reagido de uma maneira semelhante em *O Sofista*: enquanto os sofistas, explica ele, conseguem seduzir porque eles se dirigem a pequenos grupos, o filósofo tem a pretensão de um discurso universal, válido porque transcende os interesses de um auditório particular.

Na realidade, a dificuldade vem da vontade de buscar separar aspectos dificilmente dissociáveis, na medida em que não existe argumentação puramente racional que não conteria nenhum aspecto persuasivo ou emocional (NETTEL DÍAZ, 1996), ou ainda retórico, se entendemos por esse termo, numa acepção particular, aquilo que torna persuasivo um texto ou uma imagem (REBOUL, 1991a).

2 Imagem e persuasão

E, no entanto, para retornar à imagem após esse longo desvio, essa separação permanece constantemente afirmada. Se, com efeito, eu insisti na oposição convencer/persuadir (e por trás dela, razão/emoção), é porque essa oposição constitui um dos operadores que permite julgar a capacidade argumentativa da imagem. Se muitos autores consideram que a imagem pode persuadir ou seduzir, eles, por outro lado, são reticentes à ideia de lhe reconhecer uma capacidade argumentativa.

A partir do estudo pioneiro de Roland Barthes, inúmeros trabalhos consagrados à retórica da imagem publicitária demonstraram amplamente que a imagem pode ser objeto de uma retórica. Não é, aliás, por acaso, diga-se de passagem, que esse tipo de análise retórica da imagem tenha começado com a imagem publicitária. É que, como Barthes notava, a imagem publicitária é enfática e sua significação, intencional (BARTHES, 1992, p. 26). É evidentemente tentador pensar que se essas análises se desenvolveram muito (para citar apenas as primeiras, BONSIÈPE, 1965; DURAND, 1970; PÉNINOU, 1970, 1972), é antes de tudo porque existiria uma espécie de afinidade eletiva entre a publicidade e a imagem, ambas voltadas à persuasão. Assim, imagem e publicidade se encontrariam tão mais “naturalmente” que elas seriam ambas persuasivas por essência, de maneira que a retórica constituiria sua base comum. Como o escreve, por exemplo, Péninou, a imagem publicitária é:

[...] instrumento de uma vontade mais que de um conhecimento [...] Substituto moderno da propaganda boca a boca e de todos os sistemas orais de promoção fundados sobre uma retórica persuasiva da fala, ela herdou dos mesmos obrigações e transpôs os mesmos artifícios (PÉNINOU, 1970, p. 97-98).

Mais recentemente, tentou-se também justificar a ligação entre imagem e retórica pelo fato de que, à diferença da fala, mais sujeita à verificação, a imagem seria uma linguagem totalmente apropriada à persuasão (TAPIA, 1990, p. 43).

De uma maneira geral, a opinião, implícita ou explícita, que liga a imagem à persuasão serve bem frequentemente como obstáculo epistemológico, impedindo a análise de seus procedimentos argumentativos. É assim que vários autores, embora concedam que a imagem possa ser objeto de uma retórica da persuasão, lhe negam, por outro lado, a faculdade de argumentar. Ora, eles recorrem, para isso, a uma interpretação da famosa trilogia aristotélica: *logos*, *ethos*, *pathos*. Assim, se a imagem pode, aos olhos

deles, pertencer à instância do *pathos* e do *ethos*, a via do *logos* lhes parece “aleatória”, e até “imprópria” (REBOUL, 1991b, p. 92; FRESNAULT-DERUELLE, 1993, p. 127; KIBÉDI VARGA, 1990, p. 194-95; KIBÉDI VARGA, 1989, p. 93-96⁴).

Impôs-se, com efeito, a ideia de que a navalha de Occam pode dividir entre convencer e persuadir, ou, se preferirmos, entre o argumentativo e o persuasivo manipulatório, dissociando o *logos*, componente argumentativo racional, do *pathos* e do *ethos*, passíveis de uma “retórica-manipulação” (MEYER, 1993, p. 28). Ora, essa ideia repousa sobre uma corrente interpretativa que simplifica o texto aristotélico, e que se propôs chamar de “exegese tradicional” (BRAET, 1992, p. 309, p. 317)⁵.

Se nos reportamos, com efeito, ao texto, ele indica que, dentre as *pisteis* – termo sobre o qual retornarei no próximo parágrafo –, aquelas que podemos obter por meio do discurso são de três espécies: umas residem no caráter moral do orador, outras no fato de predispor o auditório, e as últimas no próprio discurso, quando ele demonstra ou parece demonstrar (ARISTÓTELES, 1994, 1356^a 1-4).

O quadro geral desse parágrafo são, portanto, as *pisteis*, termo difícil⁶, pois ele contém, ao mesmo tempo, a ideia de prova, à qual ele jamais poderia ser reduzido⁷, e a de persuasão. Por isso, eu me curvo à opinião bem argumentada de Racionero (1994, p. 167, n.14) que, em sua excelente edição da *Retórica*, traduz *pisteis* por “prova por persuasão”, apoiando-se em Grimaldi (1957). É, portanto, no quadro geral das provas por persuasão que Aristóteles considera aquelas que são próprias à arte, isto é, aquelas que não são dadas de antemão, e que se pode obter pelo viés do discurso (*logos*). Disso decorre já uma primeira observação: não podemos separar o *logos* (como parte argumentativa) do *pathos* e do *ethos* (como partes afetivas), pela boa razão de que os três são assimilados sob a

⁴ Esse último texto é, entretanto, um pouco mais nuançado. Após ter lembrado que “A retórica distingue, como se sabe, dois tipos de argumentos, os argumentos racionais e os argumentos afetivos. De uma maneira geral, considera-se que a imagem comunica exclusivamente argumentos do segundo tipo” (p. 93), o autor se pergunta, entretanto: “a argumentação visual é sempre, e necessariamente, de ordem emotiva?” (p. 94) e dá alguns exemplos de tópica visual antes de concluir que a argumentação da imagem “permaneça, por assim dizer, paratática” (p. 96).

⁵ Conforme, também, no mesmo sentido, Racionero (1990, p. 175), cujas fontes são Cope (1877, p. 28-29) e Cope (1867, p. 5-6).

⁶ Para uma discussão filológica, ver Grimaldi (1957) e Lienhard (1966). Para exemplos de uso das *pisteis* na retórica grega, conferir Carey (1994).

⁷ Também a tradução sistemática de *pistis* por prova (como em Aristóteles, 1991) constitui uma simplificação que não facilita muito a compreensão do texto. Barthes (1970, p. 199) propunha traduzi-lo por “razões probatórias”, “vias de persuasões”.

categoria geral do *logos*. Esse último termo é, pois, utilizado em um sentido, ao mesmo tempo, geral e particular.

Isso se explica, entretanto, se levarmos em conta o fato de que a tripartição possui um sentido que Aristóteles tomou o cuidado de especificar. Se existem três espécies de provas por persuasão, não é apenas porque Aristóteles desejava introduzir uma falsa simetria com os três gêneros retóricos, mas por uma razão simples, que choca por sua extraordinária modernidade: é que, nos diz Aristóteles, “há três coisas a considerar em um discurso: aquele que fala, aquilo do que ele fala, e aquele a quem ele se dirige” (ARISTÓTELES, 1994, 1358 a 38 – 1358 b1). Ou, para dizer de outro modo, todo processo de comunicação comporta, portanto, um enunciador, um enunciado e um destinatário. Ora, isso não ocorre sem consequências, pois é evidente que esses componentes do discurso não podem ser dissociados. O enunciado, enquanto tal, constitui uma unidade que não se pode fracionar, mesmo se é perfeitamente legítimo se interessar em detalhe pelos três polos isso que chamamos às vezes de triângulo pragmático: destinador, referente, destinatário. Barthes havia, aliás, feito perceber, com razão, que a divisão da *Retórica* em três livros corresponde precisamente a esses três polos: no vocabulário tomado de empréstimo à teoria da informação dos anos 1950, o livro I é o livro do emissor, o livro II, o do receptor e o livro III, o da própria mensagem (BARTHES, 1970, p. 179).

Desse ponto de vista, compreendemos, portanto, que não é possível separar *logos*, *pathos* e *ethos*, nem *a fortiori* distribuí-los em racionais e afetivos. De fato, basta ler a *Retórica* para compreender que as *pisteis* são obtidas todas as três *pelo viés do discurso*, o que Aristóteles confirma quando ele se refere a isso na seguinte passagem da *Poética*, para a qual Racionero (1994, p. 175) chamou a atenção, com razão:

Tudo o que diz respeito ao pensamento provém [das obras] tratando da retórica, porque isso é apropriado a essa abordagem. Pois o que diz respeito ao pensamento é tudo aquilo que deve ter sido disposto (*paraskeuasthènai*) pela linguagem (*logos*). As partes dela são demonstrar, refutar, preparar (*paraskeuadzein*) as emoções (*pathè*) como a piedade, o temor, a cólera e todas as emoções semelhantes, e, além disso, louvar e depreciar (ARISTÓTELES, 1995, 1456^a33-1456b1).

Assim, como o confirma Aristóteles, como isso se fosse necessário, as paixões levantadas pelo orador procedem da própria linguagem. Vemos, pois, quanto está equivocada a visão que consiste em querer isolar *pathos* e *logos*.

Para retornar à imagem, é, portanto, o *próprio enunciado que produz efeitos*, de modo que o *pathos* deve ser compreendido, como o desejava Aristóteles, como a persuasão que se obtém pela disposição dos ouvintes, quando as paixões deles são estimuladas pelo discurso (ARISTÓTELES, 1994, 1356a18-19). O enunciado não é, pois, emocional em si, nem racional, ele é simplesmente persuasivo, e pode então utilizar meios discursivos ou plásticos, no caso da imagem. A emoção é, portanto, um *efeito* que o enunciado pode produzir, mas o enunciado em si mesmo não tem nada de emocional. Como havia escrito Eco, em sua reformulação semiótica de certos problemas retóricos: “Os artifícios capazes de suscitar emoções não deveriam ser classificados fora dos sistemas de signos, uma vez que os signos têm dentre suas funções a de provocar emoções” (ECO, 1972, p. 161).

Demos um exemplo disso. O artista mexicano Leopoldo Méndez, fundador do *Taller de Gráfica Popular* em 1937, produz nesse mesmo ano uma gravura, *La protesta* (Anexo), que apresenta, no primeiro plano, um grupo de trabalhadores com torso nu, selvagememente chicoteados – um dentre eles derrubado – pelos guardas a serviço do patrão. Desse grupo, surge uma figura imensa, a camisa em farrapos, que ocupa mais da metade do espaço gráfico e que aparece, então, como um gigante em relação a seus companheiros. Seu dedo indicador direito está apontado na direção do camarada que jaz sobre o solo, enquanto seu braço esquerdo tem o punho serrado e estendido para o alto. Trata-se evidentemente, como na maioria das obras dos militantes do *Taller de Gráfica Popular*, de jogar com o *pathos* dos destinatários para persuadi-los da importância da luta política, a fim de poder modificar as condições de vida desumanas dos trabalhadores agrícolas. Mais precisamente, Méndez joga aqui, parece-me, com a cólera e a indignação, duas das paixões repertoriadas por Aristóteles. Mas, se tal é o efeito produzido (ou supostamente produzido) sobre o espectador, ele é produzido no interior da imagem por uma série de processos argumentativos⁸. A propósito do *pathos*

⁸ É preciso aqui que eu me posicione em relação à releitura que Braet (1992) faz da trilogia *ethos-logos-pathos*. Se o autor critica, com razão, a exegese tradicional segundo a qual apenas o *logos* seria argumentativo, e, se ele argumenta, pois, em favor do fato de que o *ethos* e o *pathos* podem ser compreendidos como entimemas, ele mantém, contudo, uma diferença de princípio entre as três *pisteis*, como se se tratasse de elementos separados: a seu ver, apenas o *logos* estaria ligado à argumentação central em jogo, à diferença do *ethos* e do *pathos* (BRAET, 1992, p. 315). Penso, de minha parte, que não podemos separar essas três componentes, de modo que se o *pathos*, por exemplo, pode ser compreendido como argumentação, trata-se de uma argumentação central e ligada ao *logos*, e não periférica, no sentido de que ela somente forneceria razões ao *pathos* da audiência. Da mesma maneira, parece-me inútil postular, como o faz Braet, que numa situação ideal, apenas o *logos* interviria.

na imagem em geral, afirmar que “o quadro não nos convida muito a raciocinar, [pois] ele nos apreende, suscitando, de início, e frequentemente com violência, certas emoções sobre o assunto representado” (KIBÉDI VARGA, 1990, p. 195), é confundir o efeito que o quadro produz com o próprio quadro – ou, se preferirmos, o *pathos* e o *logos* – em nome dessa concepção (implícita aqui) que liga a imagem à emoção. *Pois se a obra produz efeitos de ordem afetiva, ela os produz por meios que são, eles mesmos, de ordem argumentativa.* De modo que um estudo dos meios argumentativos trabalhados pela imagem é perfeitamente legítimo, mesmo quando essa imagem produz efeitos patêmicos⁹. Na gravura que eu dei como exemplo, os meios argumentativos utilizados são múltiplos. Se fosse preciso a qualquer preço encontrar um equivalente verbal ao que mostra a imagem, poderíamos formulá-lo como segue: “para que cesse a exploração escandalosa dos trabalhadores agrícolas, é necessário se rebelar”. Mas tal equivalente não é de modo nenhum necessário. Na realidade, a imagem funciona inicialmente a partir de uma antítese entre o grupo dos operários resignados e a figura ereta, reerguida e imensamente engrandecida do trabalhador levantando seu punho. Essa figura hiperbólica, a partir do momento em que ela atraiu a atenção, funciona como um argumento pelo exemplo. Acrescentemos além disso, por enquanto – eu retornarei a essa imagem – que o título da gravura, *La Protesta*, não desempenha senão um papel de redundância, de confirmação, para uma argumentação que é essencialmente de ordem visual.

3 A argumentação na imagem

Creio ter assim mostrado a legitimidade de uma abordagem argumentativa da imagem, mesmo no caso em que se encontra ativado o *pathos* no polo do destinatário. Entretanto, se essa abordagem é então possível de direito, seria preciso ainda mostrar que ela é igualmente possível de fato. À guisa de conclusão, eu me proponho a discutir nesse sentido uma das mais raras tentativas de pensar a ideia de argumentação visual e que me permitirá, pela mesma ocasião, discutir a segunda objeção formulada por Perelman de encontro à argumentação visual.

⁹ Diremos, da mesma maneira, que o juízo estabelecido sobre as obras de arte pode igualmente ser objeto de uma argumentação racional, como bem o mostrou Rochlitz (1994, p. 93 ss.; 1998, p. 147 ss.) em sua defesa da racionalidade estética.

Em seu artigo, Odile Le Guern-Forel adota como ponto de partida uma posição nitidamente logocêntrica, uma vez que ela postula que “a atividade argumentativa está estreitamente ligada à atividade discursiva e linguageira” (Le GUERN-FOREL, 1981, p. 165). Quanto ao discurso argumentativo, ele é apresentado classicamente como “a utilização de vários enunciados que visam a provar a validade de um enunciado final apresentando-se como a conclusão dessa sequência inferencial” (Le GUERN-FOREL, 1981, p. 166). Isso já coloca um primeiro problema, na medida em que a imagem não possui, aparentemente, marcadores de inferência. Entretanto, no lugar de concluir, a partir disso, como tantos outros, que a imagem seria então imprópria à argumentação, Le Guern-Forel se esforça ao contrário, e esse é o mérito de seu texto, em tentar mostrar como um estudo argumentativo da imagem é, apesar de tudo, possível. Onde a ideia segundo a qual, uma vez que a imagem não pode operar uma inferência, essa ocorre na cabeça do destinatário: “o trabalho de argumentação é, pois, próprio ao destinatário, uma vez que é ele e apenas ele que constrói as estruturas proposicionais” (Le GUERN-FOREL, 1981, p. 169). Reconheceremos, entretanto, o fato de que essa análise reserva bem pouco à imagem, uma vez que o essencial do trabalho argumentativo seria verbal e não visual e seria, além disso, efetuado não na imagem, mas pelo destinatário.

Ademais, na medida em que, segundo ela, a imagem não possuiria a possibilidade de exprimir uma relação de atribuição (hipótese que não vou discutir aqui), mas somente uma virtualidade de predicação, seguir-se-ia que:

[...] o destinatário só vai reter as virtualidades de predicação que convergem para um dado sentido, estabelecendo assim a coerência da mensagem. Mas cada um dos destinatários pode operar uma seleção diferente, o que explica a multiplicidade das leituras que pode receber uma mesma imagem (LE GUREN-FOREL, 1981, p. 169).

Ora, tal conclusão, perfeitamente legítima no quadro conceptual colocado desde o início, conduz, no entanto, a limitar consideravelmente os direitos de uma argumentação visual. Com efeito, a partir do momento em que uma mesma imagem seria suscetível de múltiplas leituras, como poderia ela “argumentar”, e conseqüentemente, tentar persuadir o destinatário?

Felizmente, outras perspectivas de análise são possíveis, a partir do momento em que abandonamos esse ponto de partida, a saber, a assimilação da argumentação à inferência. Tal é, com efeito, a via seguida por Ducrot e Anscombre em sua abordagem argumentativa da língua, abordagem que

poderia ser, não aplicada, mas transposta para a imagem, de maneira muito fecunda, me parece.

Esses autores têm mostrado, com efeito, de maneira convincente que não podemos confundir argumentação e inferência: o estudo dos mecanismos argumentativos da língua conduz, com efeito, a separar o ato de argumentar e o ato de inferir, de modo que um certo número de atos argumentativos podem perfeitamente ser analisados sem ter que levar em conta a hipótese de uma inferência entre “premissa” e “conclusão” (ANCOMBRE & DUCROT, 1988, p. 11 ss.)¹⁰. A vantagem evidente de tal concepção, em nossa perspectiva, é que ela permite eliminar a objeção segundo a qual a imagem é incapaz de elaborar uma sequência inferencial.

Resta, no entanto, saber como transpor para a imagem a estrutura argumentativa tal como a concebem Ducrot e Anscombe. Aos olhos deles, a argumentação funciona como uma relação entre dois enunciados, um enunciado-argumento e um enunciado conclusão: e o que torna possível a passagem de um a outro é a aplicação do que eles nomeiam como *topoi*:

O encadeamento discursivo de um enunciado-argumento a um enunciado-conclusão se faz sempre por aplicação de princípios gerais que nós chamamos, retomando de maneira talvez abusiva a expressão aristotélica, de *topoi* [...]. Para nós, a significação de uma frase é o conjunto dos *topoi* dos quais ela autoriza a aplicação no momento em que ela é enunciada. Escolher, em uma situação dada, enunciar uma frase em vez de outra, é escolher explorar, nessa situação, certos *topoi* em vez de outros [...]. Nossa concepção do discurso argumentativo implica, portanto, ver, na própria língua – isto é, no nível das frases – as instruções relativas aos *topoi* a utilizar no momento da enunciação (ANCOMBRE & DUCROT, 1986, p. 88-89)¹¹.

Isso me parece, com efeito, particularmente útil para mostrar como, por analogia, o produtor da imagem escolhe, ele também, explorar certos *topoi* em vez de outros em sua vontade de persuadir o destinatário. Além disso, a articulação do *topos* ao enunciado me parece da mesma ordem no caso de um enunciado discursivo ou icônico.

Para retomar o exemplo da gravura de Leopoldo Méndez, esta contém, com efeito, dois enunciados que correspondem bem a um argumento e a uma conclusão: a cena do primeiro plano (os guardas açoitando os trabalhadores) é o enunciado argumento, enquanto que o trabalhador hiperbólico, que, de punho cerrado, denuncia a primeira cena, constitui o enunciado-conclusão. O que

¹⁰ Conferir também Moeschler & Reboul (1994, p. 313-314).

¹¹ Conferir também Ducrot (1993, p. 245-247).

favorece o encadeamento argumentativo entre as duas cenas é o indicador esquerdo do gigante apontado para a primeira cena. Trata-se aqui de um dêitico que é uma marca eminentemente enunciativa e que assegura, pois, ao mesmo tempo a junção entre os dois enunciados, mas também a subordinação do primeiro ao segundo. O artifício do dedo é o viés pelo qual essa imagem institui o primeiro enunciado como objeto do segundo e introduz os elementos restritivos que forcem a aplicação de um *topos*. Esses elementos são a postura geral do corpo, a expressão do rosto e o punho. O *topos* que nós somos assim conduzidos a formular pode se exprimir sob esta forma: “é escandaloso tratar os trabalhadores açoitando-os”. A conclusão decorre da atitude do trabalhador erguido e constitui a segunda enunciação: “é preciso lutar para parar essa situação”.

Podemos dizer nesse caso que a postura do corpo e o punho cerrado desempenham o papel de uma “orientação argumentativa”¹². Com efeito, numa outra situação enunciativa, que seria aprovadora e não crítica, poderíamos preferencialmente aplicar o *topos*: “eis como é preciso tratar os trabalhadores”. Isso mostra bem que não podemos fazer a imagem dizer tudo aquilo que queremos, uma vez que existem, no interior da imagem, elementos precisos que permitem orientar a argumentação. A teoria de Ducrot e Anscombre parece-me oferecer, nesse sentido, uma leitura particularmente pertinente dos mecanismos argumentativos; esses não dizem respeito ao destinatário, por uma construção inferencial fictícia, mas surgem dos mecanismos da própria língua. Onde o título do livro em que foi exposta uma parte dessa análise: *A Argumentação na língua*.

Pode parecer à primeira vista *paradoxal* querer se apoiar numa abordagem linguística para extrair elementos metodológicos suscetíveis a facilitar a análise da argumentação visual. Na realidade, o que me parece importante aqui é a maneira de apreender a argumentação *na língua*, isto é, o estudo dos procedimentos pelos quais operações argumentativas operam no próprio interior da língua. Mesmo se a imagem não é, evidentemente, a língua, o paralelo merece ser traçado, pois o que me interessa é da mesma ordem: não há também operações argumentativas *no interior da imagem*? A aposta dessa formulação é evidentemente capital, na medida em que se trata de evitar os obstáculos de uma concepção da argumentação desvinculada da imagem, que apresenta a desvantagem de considerar os mecanismos

¹² Sobre essa noção, conferir Moeschler & Reboul (1994, p. 314 ss.)

argumentativos como verbais mais do que visuais, e situados, não na imagem, mas na cabeça de seu destinatário.

Abre-se assim, um vasto campo de análise, a partir do momento em que consideramos que, à maneira da língua, a imagem, ela também, impõe à atividade argumentativa restrições específicas e imanentes que não têm sua explicação nas condições lógicas ou psicológicas da argumentação tal como ela é geralmente concebida, isto é, como uma inferência que permite extrair de um enunciado (premissa) um outro enunciado (conclusão).

É isso que eu indiquei brevemente a partir da análise da gravura de Leopoldo Méndez: a partir do momento em que paramos de pensar a argumentação em termos de inferências ou de silogismo, podemos compreender melhor os mecanismos argumentativos que colocam em jogo dois enunciados visuais e sua articulação pela aplicação de um *topos*. E se se objetasse que esse *topos* é de ordem linguística, de modo que mais uma vez a argumentação não seria visual, eu responderia que ocorre exatamente o mesmo na língua: o encadeamento argumentativo entre dois enunciados linguísticos refere-se igualmente à utilização de *topoi* que provêm, de fato, de uma função semântica ou cognitiva que vale para o verbal como para o visual. Assim, a necessidade de um *topos* verbal na explicitação de um encadeamento argumentativo visual não está ligada a um defeito ou a uma insuficiência da imagem, à qual seria necessário “suprir” com palavras, uma vez que o mesmo mecanismo se exerce constantemente ao nível da língua (cf. ROQUE, 1996).

Decorre, portanto, do que precede que existe evidentemente uma argumentação visual, uma maneira racional de produzir efeitos, eventualmente afetivos, sobre o destinatário, que “provocam ou ampliam sua adesão”, segundo a feliz definição de Perelman, e que o estudo dessa argumentação visual pode encontrar na teoria da argumentação na língua sugestões metodológicas extremamente estimulantes. Acrescentemos, por fim, que o estudo dos mecanismos argumentativos da imagem, é sem dúvida, uma das melhores maneiras de se precaver contra o efeito das imagens que invadem nosso cotidiano, quer se trate de publicidade ou de propaganda política.

Referências

ANSCOMBRE, Jean-Claude; DUCROT, Oswald. Argumentativité et informativité. In: MEYER, Michel (Éd). **De la métaphysique à la rhétorique**: Essays à la mémoire de Chaïm Perelman. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1986. p. 79-94.

ANSCOMBRE, Jean-Claude; DUCROT, Oswald. **L'argumentation dans la langue**. Liège: Pierre Mardaga, 1988.

ARISTÓTELES. **Rhétorique**. Trad. Charles Émile Ruelle e Patricia Vanharmeltryck. Introdução de Michel Meyer. Comentário de Benoît Timmermans. Paris: Le Livre de Poche, 1991.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Introducción, traducción y notas de Quintín Racionero. Madrid: Gredos, 1994.

ARISTÓTELES. **La poétique**. Trad. P. Gravel. Montréal: Éditions du silence, 1995.

BARTHES, Roland. L'ancienne rhétorique: Aide-mémoire. **Communications**, n. 16, p. 172-229, 1970.

BARTHES, Roland. Rhétorique de l'image. In: _____. **L'obvie et l'obtus**: Essays critiques III. Paris: Seuil, 1992. p. 25-42.

BECKER, Jochen; KIBÉDI-VARGA, Àron. Preface. **Argumentation**, v. 7, n. 1, p. 1-2, 1993.

BONSIÈPE, Güi. Visuell-verbale Rhetorik. **Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung-Ulm**, n. 14-16, p. 23-40, 1965.

BRAET, Antoine C. Ethos, Pathos and Logos in Aristotle's Rhetoric: a examination. **Argumentation**, v. 6, n. 3, p. 307-320, 1992.

CAREY, Christopher. Rhetorical means of persuasion. In: WORHINGTON, Ian (Éd.). **Persuasion**: Greek rhetoric in action. London; New York: Routledge, 1994. p. 26-45.

COPE, Edward Meredith. **An introduction to Aristotle's Rhetoric**. London: Macmillan, 1867.

COPE, Edward Meredith. **The Rhetoric of Aristotle with a commentary**. Cambridge: Cambridge University Press, 1877. v.1.

DERRIDA, Jacques. Parergon. In: _____. **Dans vérité en peinture**. Paris: Flammarion, 1978. p. 19-168.

DUCROT, Oswald. Les topoï dans la 'Théorie de l'argumentations dans la langue'. In: PLANTIN, Christian (Éd.). **Lieux communs, topoï, stéréotypes, clichés**. Paris: Kime, 1993. p. 233-248.

DURAND, Jacques. Rhétorique et image publicitaire. **Communications**, n. 15, p. 70-95, 1970.

ECO, Umberto. **La structure absente**. Paris: Mercure de France, 1972.

FRESNAULT-DERUELLE, Pierre. Image et rhétorique. **Argumentation**, v. 7, n. 1, p. 127-130, 1993.

GENETTE, Gérard. La rhétorique restreinte. **Communications**, n. 16, p. 158-171, 1970.

GRIMALDI, William. A note on the pisteis in Aristotle's Rhetoric. **American Journal of Philology**, v. 78, p. 188-192, 1957.

GRUPO μ . **Traité du signe visuel**: pour une rhétorique de l'image. Paris: Seuil, 1992.

KIBÉDI VARGA, Àron. **Discours, récit, image**. Liège ; Bruxelles: Pierre Mardaga, 1989.

KIBÉDI VARGA, Àron. Une rhétorique aléatoire: agir par l'image. MEYER, Michel ; LEMPEREUR, Alain. **Figures et conflits rhétoriques**. Bruxelles: Éditions Universitaires de Bruxelles, 1990. p. 193-200.

LE BRUN, Charles. Conférence sur l'expression des passion. [1668]. **Nouvelle revue de psychanalyse**, n. 21, p. 93-131, 1980.

Le GUERN-FOREL, Odile. Approches d'une étude argumentative de l'image. In: _____. **L'Argumentation**. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 1981. p. 165-178.

LICHTENSTEIN, Jacqueline. **La couleur éloquente**: rhétorique et peinture à l'âge classique. Paris: Flammarion, 1989.

LIENHARD, Joseph T. A note on the meaning of pístis in Aristotle's Rhetoric. **American Journal of Philology**, v. 87, p. 446-454, 1966.

MEYER, Michel. **Questions de rhétorique**: langage, raison et séduction. Paris: Le Livre de poche, 1993.

MOESCHLER, Jacques; REBOUL, Anne. **Dictionnaire encyclopédique de pragmatique**. Paris: Seuil, 1994.

NETTEL DÍAZ, Ana Laura. Racionalidad y argumentación en el êthos y el páthos. **Alegatos**, n. 33, p. 277-284, 1996.

PÉNINOU, Georges. Physique et métaphysique de l'image publicitaire. **Communications**, n. 15, p. 96-109, 1970.

PÉNINOU, Georges. **L'intelligence de la publicité**: étude sémiotique. Paris: Laffont, 1972.

PERELMAN, Chaïm. **L'Empire rhétorique**. Paris: Vrin, 1977.

PERELMAN, Chaïm. Argumentation. Paris: **Encyclopaedia Universalis**, 1985. p.637-8.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de l'argumentation**: La nouvelle rhétorique. 2^{ème} éd. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. Logique et rhétorique. In: PERELMAN, Chaïm. **Rhétoriques**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1989.

RACIONERO, Quintín. Introducción, traducción y notas. ARISTÓTELES. **Retórica**. Madrid: Gredos, 1994.

REBOUL, Olivier. Peut-il y avoir une argumentation non rhétorique? LEMPEREUR, Alain. **L'Argumentation** [Colloque de Cerisy]. Bruxelles: Mardaga, 1991a.

REBOUL, Olivier. **Introduction à la rhétorique**. Paris: PUF, 1991b.

ROCHLITZ, Rainer. **Subversion et subvention**: art contemporain et argumentation esthétique. Paris: Gallimard, 1994.

ROCHLITZ, Rainer. **L'art au banc d'essai**. Esthétique et critique. Paris: Gallimard, 1998.

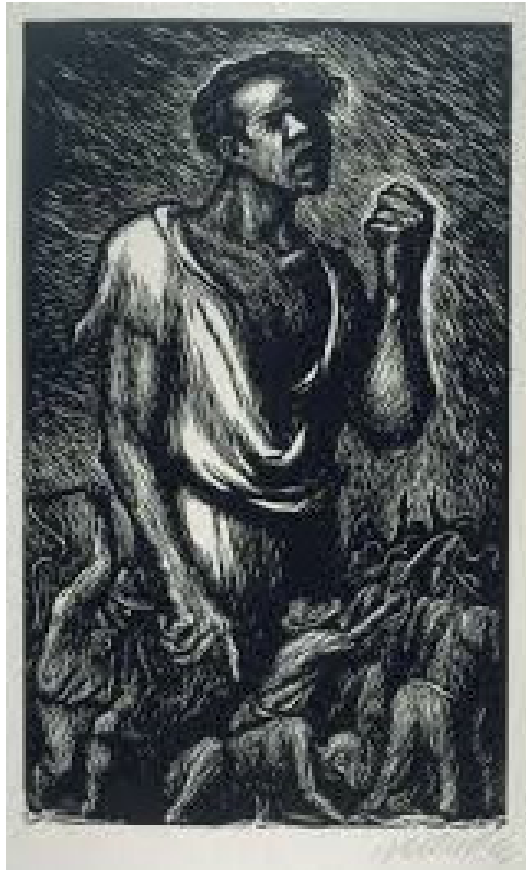
ROQUE, Georges. **Ceci n'est pas un Magritte**. Essai sur Magritte et La publicité. Paris: Flammarion, 1983.

ROQUE, Georges. Les mots au milieu de la figure. **Cahiers du C.I.R.E.M**, n. spécial Mots/Images/Sons, p. 255-268, 1990.

ROQUE, Georges. The role of language in seeing na image. EDSON, Laurie (Éd.). **Conjunctions**: verbal-visual relations. San Diego: San Diego State University Press, 1996. p. 85-106.

TAPIA, Alejandro. **De La retórica a la imagen**. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, 1990.

Anexo



MÉNDEZ, Leopoldo. *La protesta*. 1937. Gravura em linóleo, 19,6 x 12 cm, para a capa do livro de Miguel Otero Silva, *Agua y Cauce (Poemas revolucionarios)*, ediciones LEAR, México, 1937. Photo instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, México.

Forma de citação sugerida:

ROQUE, Georges. Prolegômenos à análise da argumentação visual. Trad. Luís Fernando Figueira Bulhões. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 12, p. 234-254, jul/dez.2016.

Recebido em: 28/08/2016

Aprovado em: 09/09/2016