

Argumento e contra-argumento: Um exemplo

Aquilo que você argumenta deve ser algo que o seu leitor pode **refutar**, ou **contra-argumentar**. Ou seja, não se pode argumentar algo que é fatorial. Por exemplo, dizer que o Brasil fica na América do Sul não é um argumento, pois é um fato que não se pode contra-argumentar, pelo menos dos pontos de vista geográfico e político. Outro fato seria dizer que o Brasil é o maior país da América do Sul em território.

No caso do argumento, deve existir a possibilidade de algo ser refutável. Por exemplo, algumas pessoas podem defender que o Brasil não é tão próximo culturalmente dos outros países da América do Sul, *apesar de estar geograficamente localizado nesse continente e ser o país com maior extensão territorial dele*. Algumas **evidências** que elas podem usar são que falamos uma língua diferente daquela falada na maioria dos demais países da América do Sul e que tivemos uma história colonial e um processo de independência diferentes desses demais países.

Nesse caso, a asserção feita não é fatorial, pois ela pode ser **contra-argumentada**, novamente com base em **evidências**. Pode-se dizer, por exemplo, que o Brasil é sim culturalmente próximo dos demais países da América do Sul, pois existe uma proximidade e afinidade econômica do Brasil com muitos desses países, e a história recente de muitos deles é bastante próxima à nossa. Ou ainda há a possibilidade de ir mais além e levantar um terceiro ponto de vista, de que culturas são mais complexas do que simples diferenças pontuais, que envolvem processos históricos, sociais e econômicos, e que existem regionalismos e culturas mais locais, que se relacionam umas com as outras de modos complexos e não absolutos.

Portanto, nesses exemplos, temos 3 argumentos distintos, pois eles podem ser contrapostos com base em evidências.

Evidências

Seus argumentos devem possuir **credibilidade**, a qual é obtida pelo uso de **evidências**. Não desenvolva um novo argumento sem ter evidenciado o argumento anterior.

Como dar **evidências** para seu argumento? Através de **fatos** e **estatísticas** (como informações obtidas em uma coleta de dados – por exemplo, o percentual de sujeitos entrevistados que admitiram tal ponto de vista); através de **exemplos** e **ilustrações**, especialmente se combinados com outros tipos de evidência; pelo amparo da **literatura especializada** na área (as perspectivas defendidas por outros autores podem ajudar a fortalecer sua própria perspectiva); entre outras formas.

É útil tornar-se familiarizado com **convencões** típicas nas várias **disciplinas** para a construção de evidências. Por exemplo: na área de literatura e artes usam-se passagens de um texto ou versos de um poema, detalhes de uma imagem ou trabalho de arte, artigos que analisam obras ou expõem teorias. Em história, usam-se recursos como fotografias, cartas, mapas e documentos governamentais, além de livros e artigos que interpretam fatos. Nas ciências sociais, usam-se dados de experimentos originais, entrevistas, observações, estatísticas de agências especializadas ou governamentais, etc.

Veja a seguir um exemplo* em que o argumento é bem evidenciado, com referências a outros autores, levantamento de dados concretos e um gráfico ilustrativo:

As redes sociais vêm crescendo e hoje estão presentes de modo significativo no cotidiano das pessoas. No ano de 2011, por exemplo, constatou-se que 13% dos norte-americanos adultos usavam o Twitter regularmente (SMITH, 2011). Outra evidência da crescente importância do conteúdo que circula por estas redes foi a decisão em 2010 da Biblioteca do Congresso Americano em arquivar e disponibilizar todas as postagens dos usuários do Twitter (LOC, 2013).

Trata-se de fenômeno global e em franca expansão. O LinkedIn alegou ter em março de 2012 mais de 160 milhões de usuários ativos, crescendo a uma taxa de 2 novos membros por segundo, e esse ainda é um número pequeno perto dos 900 milhões de usuários ativos do Facebook (AQUINO, 2012).

Um dos fatores de crescimento significativo no uso da internet e redes sociais é a proliferação de dispositivos móveis, como smartphones, que permitem o acesso a partir de qualquer lugar que possua sinal de telefone celular. A Figura 1 mostra que, em alguns casos, mais da

metade dos usuários dos principais sites da internet realizaram acessos via smartphones. Krishnamurthy (2010) lembra que algumas redes sociais, como o Foursquare, foram criadas especificamente para serem acessadas de dispositivos móveis.



Figura 1 – % de usuários de smartphones (Set 2012)
Fonte: Adaptado de COMSCORE (2012)

*Fonte: NOVO, R. F.; AZEVEDO, M. M. A individualização do consumidor por meio do avanço das redes sociais e do big data. *Revista Científica Online: Tecnologia, Gestão e Humanismo*, Guaratinguetá – SP, v. 4, n. 2, p. 31-41, nov. 2014.

Falhas argumentativas

Argumentos *não* se sustentam se forem baseados em: generalizações, estereótipos, clichês, credices populares, falsas analogias, opiniões meramente subjetivas e sem dados concretos, suposições não investigadas, deduções precipitadas ou frágeis.

Veja a seguir alguns exemplos comentados de **argumentos falhos** (todos fictícios):

Exemplo 1: Ações de marketing infantil devem considerar a inserção da criança no mundo tecnológico, uma vez que todas as crianças hoje têm acesso a tablets e smartphones.

Comentário: Aqui, temos uma **generalização** a respeito de crianças, **sem qualquer exposição de dados concretos**. Mesmo que haja dados substanciais a respeito de acesso de crianças a tecnologias como as citadas, não se aconselha fazer tal tipo de declaração. É melhor citar números concretos e específicos sobre o argumento e explicar suas consequências de forma menos determinista. Ou seja, ao invés de dizer “Ações de marketing devem . . .”, pode-se dizer algo como “Os números apresentados sugerem que . . .”, o que é mais apropriado.

Exemplo 2: O problema da fome no mundo está resolvido, pois já produzimos mais alimentos do que necessário para alimentar todos os seres do nosso planeta.

Comentário: Nesse exemplo, o problema maior é de **dedução precipitada e frágil**, além de **falta de outros tipos de dados concretos**. Nesse caso, tira-se uma conclusão somente a partir da informação sobre a produção de alimentos, sem se levar em conta sua devida distribuição e/ou outros tipos de dados, como o número de pessoas que ainda passam fome no mundo e sua localização.

Exemplo 3: Ao contrário dos cidadãos ocidentais, que são ensinados a questionar e a não aceitar o que lhes é dito desde cedo, os povos orientais não possuem pensamento crítico e se submetem facilmente ao que lhes é imposto.

Comentário: O exemplo 3 já foi afirmado de diferentes formas por acadêmicos em diversas áreas. Ele tem sido bastante criticado, principalmente por se basear em **estereótipos, generalizações e opiniões meramente subjetivas**.

Modos e tom da argumentação

A argumentação é expressa de **modos diferentes** em diferentes tipos de texto. Pode ser agressiva, passiva, ou assertiva, entre outros. Vejamos alguns exemplos:

Agressiva: “É óbvio que a oração nas escolas públicas não deve ser encorajada. Somente os ingênuos podem pensar que prece organizada é bom para todos.”

Passiva: “Talvez eu esteja enganado, mas creio que organizar orações não deveria ser algo encorajado em escolas públicas.”

Assertiva: “A oração organizada deveria ser desencorajada nas escolas públicas porque ela viola a liberdade religiosa garantida pela Constituição.”

Em escrita acadêmica, convém observar o **tom** da argumentação, lembrando que verdades absolutas *não* perduram. A construção de um argumento acadêmico é geralmente feita com tom **assertivo**, não imperativo ou determinista. Isso fortalece o argumento apresentado e demonstra respeito por parte do(a) autor(a), além de garantir espaço para contra-argumentações que outros(as) acadêmicos(as) ou leitores(as) queiram/possam fazer.

Eis algumas **expressões** para **abrandar** seu discurso:

- *É possível observar que . . .*
- *Pode-se perceber/dizer/argumentar que . . .*
- *Nota-se, nos dados coletados, que . . .*
- *É provável que tal fato se deva . . .*

Adaptado de: HACKER, D. *A writer's reference*. 6. ed. Boston, New York: Bedford / St. Martin's, 2000

Fonte: <http://www.escreitacademica.com>

Contra-Argumento

O contra-argumento consiste na refutação contra um argumento oposto. Como assim?

Vamos pegar um exemplo bem polêmico. Supondo que o tema seja a respeito do "aborto" e que eu seja contra ele. Ao invés de eu expressar argumentos contra o aborto, eu posso expressar os argumentos contra os argumentos a favor do aborto (confuso?). Vamos lá:

Argumento a favor do aborto: "o aborto é uma solução para a gravidez indesejada que evita que uma criança nasça em meios a graves problemas familiares, evitando que ela não seja criada por pessoas que não quiseram concebê-la". Contra-argumento: "o aborto realmente pode parecer uma solução para a gravidez indesejada. Porém, existe uma solução muito melhor, que são os eficazes e conhecidos métodos anticoncepcionais. É muito melhor se prevenir com responsabilidade do que assassinar uma vida inocente."

Não quero me aprofundar nessa questão polêmica. Apenas exemplifiquei o aspecto do contra-argumento.

A contra argumentação nada mais é do que contestar e derrubar o argumento opositor. É uma espécie de "feitiço virou contra o feiticeiro", ou seja: eu uso o argumento opositor ao meu favor, derrubando-o. É evidente que, para usá-lo, você precisa ter a mente mais aberta e se imaginar a posição contrária ao da sua, pois você precisa refutar os argumentos contrários aos da sua opinião. Você ataca a opinião contrária.

Fonte: <http://www.comoescreverumaboaredacao.com>