

ALUSÃO E ARGUMENTAÇÃO

Maria Dayanne Sampaio Falção¹

José Elderson de Souza Santos²

Resumo: O trabalho aqui proposto advém das indagações do grupo de Pesquisa em linguística textual (GELT) e do projeto de pesquisa denominado “As marcas das heterogeneidades enunciativas como recurso argumentativo retórico para análise do texto e do discurso”. Esta pesquisa tem como base inicial as heterogeneidades enunciativas descritas por Authier Revuz (1990-1998) especificamente a heterogeneidade por alusão; A forma mais implícita de heterogeneidade com zero grau de marcação no discurso, devido a ausência de marcas tipográficas. Buscou-se analisar os propósitos argumentativos pelos quais utilizam esse recurso nas redes sociais, especificamente na página da folha de *São Paulo* e do *Sensacionalista* no Facebook. Em ambas as páginas foram analisados quinze textos de gêneros variados: verbo-imagéticos e comentários. Partimos do pressuposto de que as alusões são estratégias persuasivas usadas pelo locutor no seu projeto de dizer. Refletiremos sobre a importância dessas estratégias na construção argumentativa do texto. Estamos entendendo por estratégias argumentativas “as modalidades da fala que tenta orientar, deliberada ou espontaneamente, maneiras de pensar” (Amossy, 2007, p. 131) visando a compreensão dos desígnios discursivos que os usos de tais estratégias ajudam a cumprir.

Palavras-chave: Heterogeneidades Enunciativas. Alusão. Teoria da Argumentação no Discurso.

1 Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Instituto de Humanidades e Letras, e-mail: dayannesampaio18@gmail.com

2 Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Instituto de Humanidades e Letras, e-mail: eldersonsantos@hotmail.com