

Rosalice Pinto  
rosapinto1@netcabo.pt

# L'argumentation et les degrés d'institutionnalité des genres persuasifs<sup>1</sup>

## Argumentation and degrees of institutionalisation of persuasive genres

**RÉSUMÉ** – Ce travail, qui suit l'approche théorique de la Théorie du Texte, a comme fil conducteur une *linguistique des genres*. Son but est d'étudier la forme par laquelle des facteurs contextuels et des aspects concernant l'organisation textuelle – deux versants qui composent le genre – interagissent entre eux et influencent l'argumentation de quelques genres persuasifs. Puisque nous considérons que les éditoriaux et les affiches de partis politiques constituent des genres de texte persuasifs, présentant des degrés d'institutionnalité différenciés, nous essaierons de montrer, suivant une méthodologie descendante d'analyse, le rapport entre les contraintes contextuelles imposées par le genre et la sélection des ressources associées aux engrenages stylistique, organisationnel et énonciatif étendu. Cette étude correspond à un extrait de ma thèse de Doctorat et sera centrée surtout sur l'analyse de deux exemplaires de genres persuasifs diffusés à l'époque des élections législatives de 2002 – un éditorial et une affiche politique. À partir des résultats obtenus, nous procéderons à un regard sur l'ensemble des *corpora* des textes recueillis à la même époque pour la thèse. À partir de l'analyse de quelques éléments qui composent les engrenages des genres persuasifs, nous avons élaboré un continuum qui établit la relation entre l'aspect fonctionnel persuasif et le degré d'institutionnalité des genres en analyse. Les genres un peu plus institués, comme l'éditorial, s'approchent davantage d'un pôle moins persuasif et plus démonstratif. D'autre part, les genres moins institués, comme l'affiche de partis politiques, se retrouvent plutôt dans un pôle plus persuasif et moins démonstratif.

**Mots-clés:** argumentation, genres textuels, engrenages textuels, activité de langage.

**ABSTRACT** – This paper, based on the research in Theory of Text from the perspective of *Linguistics of Genres*, aims at studying how the interaction of contextual factors and aspects of textual organization – two sources that intrinsically compose genre – can influence the argumentation of certain persuasive genres. Considering that the editorials and the political posters constitute persuasive textual genres with a different level of institutionalization, this article will try to demonstrate, from a descending methodology of analysis, the correlation between contextual coercions imposed by genre and the selection of resources associated with stylistic, organization and extended enunciation gearings. This study is part of my Doctor's degree thesis and will focus on the analysis of samples of texts that circulated in the era of the 2002 Elections in Portugal: one political poster and one editorial. From these data, we will proceed to a generalization, looking at a larger *corpora* collected for the thesis. From the analysis of certain elements that make up the gearings of the persuasive genres, we establish a *continuum* that correlates the functional persuasive aspect and the degree of institutionalization in the genres studied. More institutionalized genres such as the editorials approach a lesser persuasive and more demonstrative pole. On the other hand, less instituted genres such as the party billboards rank at a more persuasive and lesser demonstrative pole.

**Key words:** argumentation, textual genres, textual gearings, language activity.

## Introduction

Cet article porte sur l'étude de l'argumentation dans des textes qui circulent en société. C'est exactement à cause de l'importance de la dimension contextuelle qui doit être forcément incorporée à l'étude de l'argumentation que nous nous sommes préoccupés, dans ce travail, suivant la perspective de la Théorie du Texte, mais ayant

comme fil conducteur une Linguistique des genres, à décrire quelques stratégies argumentatives présentes dans les genres textuels. Evidemment, lorsqu'on insère l'argumentation dans les pratiques sociales d'où elle est indissociable, notre objet de recherche devient bien plus complexe. Conséquemment, il nous a fallu construire une démarche, en nous situant au croisement de plusieurs perspectives théoriques<sup>2</sup>, de manière à trouver des pistes

<sup>1</sup> Cet article a été développé à partir d'une communication faite au congrès XXX Deutscher Romanistentag réalisé à Vienne, en Autriche, du 23 au 27 Septembre 2007.

<sup>2</sup> Parmi ces approches, nous pouvons citer les perspectives linguistico-textuelles qui ont étudié l'argumentation soit au niveau de l'énoncé, soit au niveau textuel. Dans le premier versant, les travaux fondateurs de l'Argumentation dans la langue (Anscombe et Ducrot, 1988), en mettant en évidence la notion d'orientation argumentative, ont signalé l'importance des contraintes dans la langue qui dirigent le travail de déchiffrement de la part de l'autre pour l'interprétation des énoncés. Et, encore, les contributions de Carel qui, avec la Théorie des Blocs Sémantiques (TBS) – (Carel, 1994, 2001) – établit un rapport entre l'analyse argumentative de l'énoncé et celle du texte – Carel (2008). Dans le deuxième versant, Adam considère que l'argumentation est l'une des formes d'agencements textuels et représenterait l'un des *prototypes de séquence* possibles (Adam, 1999).

de travail intéressantes pour la construction d'un modèle d'analyse qui tient compte de toute cette complexité.

Ce travail qui récupère quelques analyses développées dans ma thèse de doctorat aura pour but de: (i) vérifier que les genres persuasifs, intégrés à des pratiques sociales, sont contraints par ces activités et quand ils sont matérialisés dans des textes empiriques ils reflètent et réfractent au niveau linguistico-textuel ces contraintes situationnelles, (ii) montrer que chaque genre persuasif a une dynamique argumentative propre, traduite par des engrenages textuels qui interagissent entre eux et sont influencés par des questions contextuelles, (iii) établir un *continuum* pour montrer le degré de persuasion et d'institutionnalité des genres persuasifs.

Pour atteindre ces objectifs, notre article sera divisé en deux parties. D'abord, nous montrerons quelques aspects théoriques importants pour l'élaboration du modèle d'analyse dont on s'est servi pour l'analyse des textes. Ensuite, nous montrerons l'analyse de quelques exemplaires de notre *corpus* et présenterons le *continuum*, comme on l'a déjà mentionné.

### Les genres persuasifs et les engrenages textuels

Nous considérons, dans cet article, que nous analysons des textes empiriques qui appartiennent *forcément* à un genre, ce qui est un facteur d'économie cognitive<sup>3</sup>, et l'agent producteur, lors de sa production, doit adopter un modèle d'un texte/d'un genre présent dans sa mémoire à long terme et l'adapter en fonction de la situation de communication, de son but. Si d'une part, le texte présente des caractéristiques stables dûes à son insertion à un genre textuel avec des aspects socio-historiquement cristallisés et facilement reconnus, d'autre part, le texte est une unité communicative globale et interagit constamment avec les activités de langage et les conditions de production dans lesquelles il s'intègre. Alors, bien que ça puisse paraître une contradiction, puisque nous nous proposons dans ce travail à développer une analyse textuelle, nous plaiderons, pour la complémentarité entre les aspects d'ordre contextuel et ceux d'ordre textuel. A notre avis, on ne peut pas décrire l'organisation interne des textes en laissant de côté les aspects contextuels qui y sont inhérents. Comme l'affirme Bronckart:

Les textes constituent les correspondants empiriques des activités langagières, réalisés avec les ressources d'une langue naturelle. Ce sont des unités communicatives globales, dont les caractéristiques compositionnelles dépendent des propriétés des situations d'interaction et de celles des activités générales qu'elles commentent, ainsi que des conditions historico-sociales de leur propre élaboration (Bronckart, 2004, p. 103).

Parmi la grande variété de genres qui circulent en société, je ne m'intéresserai ici qu'à l'étude des genres persuasifs. Ces genres, comme tous les autres, sont évidemment intégrés à des activités de langage, mais ils présentent une certaine spécificité. D'abord, l'aspect persuasif associé à la fonctionnalité y est toujours présent et, en plus, lors de l'analyse des textes, qui appartiennent à ces genres, l'argumentation devra être décrite tantôt à partir des éléments verbaux et non-verbaux qui peuvent être présents au niveau textuel tantôt par des questions rhétoriques (celles qui ont un rapport avec la construction textuelle de l'*ethos* et du *pathos*).

Et il est important de mettre en évidence que tous ces aspects sont dynamiquement reliés. Le choix des ressources verbales et non-verbales de la part d'un agent producteur en fonction du genre persuasif contribuera pour la construction des images de l'*ethos* et du *pathos*. En outre, des aspects situationnels différents comme le support, le lieu de circulation, le statut des interlocuteurs et surtout la visée persuasive, vont aussi influencer le choix des divers aspects soulignés. De manière à mettre en évidence la dynamique argumentative de cette organisation textuelle, qui est en constante interaction, nous avons choisi le terme engrenage textuel pour désigner la composante interne des textes. Cet engrenage pourra avoir trois rôles distincts, mais complémentaires et dialogiques: un rôle organisationnel (EO), stylistique (ES) et énonciatif étendu (EEE). Ces engrenages seront définis plus tard, lorsque nous ferons référence au modèle d'analyse des textes appartenant aux genres persuasifs.

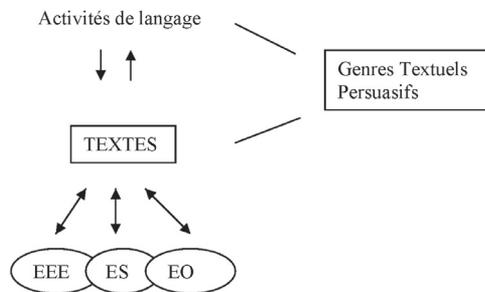
Bien sûr ces engrenages pourraient être travaillés dans n'importe quel genre, mais dans ce travail, comme nous l'avons déjà dit, nous privilégions l'étude des genres qui ont une visée persuasive: les genres persuasifs. Et l'argumentation dans une perspective de la linguistique des genres ne pourra être décrite qu'à partir de son caractère dynamique et interactif. De cette façon, en faisant appel, dans les analyses, aux engrenages textuels en constante interaction avec des aspects contextuels, nous espérons démontrer la complexité de cette dynamique argumentative.

Nous présentons ensuite un schéma qui essaie de résumer notre point de vue (Schéma 1).

De même, comme nous avons déjà mentionné maintes fois, l'argumentation présente dans un exemplaire de texte appartenant au genre persuasif devra être décrite non seulement par les aspects internes (les engrenages) mais aussi par des aspects contextuels, de l'ordre des activités de langages (ou du discursif). Evidemment, cette séparation est essentiellement méthodologique et est faite seulement pour qu'on puisse effectuer les analyses textuelles. Je plaide pour un rapport de complémentarité

<sup>3</sup> Expression utilisée par Maingueneau (1998, p. 49). Comme l'a relevé Bakhtin (1997, p. 302), si nous n'avions pas la connaissance intériorisée de quelques formes de genre et la maîtrise de certains genres, l'échange verbal serait impossible.

entre l'univers textuel et l'univers discursif. Le premier incorpore obligatoirement le deuxième et ce dernier est incorporé au premier.



**Schéma 1.** Composantes internes ou Engrenages textuels.

## Modèle d'analyse des genres persuasifs

Comme nous le savons déjà, le genre est un objet abstrait et ne peut être analysé qu'à partir des textes qui le matérialisent. De cette manière, nous présentons ensuite, sous forme de grille, la définition des aspects contextuels et linguistico-textuels qui seront travaillés dans les analyses.

## Méthodologie d'analyse

Ayant défini quelles sont les catégories avec lesquelles on va développer les analyses, il nous reste maintenant à présenter quel est le procédé méthodologique que nous allons adopter.

**Table 1.** Grille d'analyse (dimension contextuelle).

Dimension contextuelle	
Composantes	Définition
Architextuelle	Organisation des textes qui existent dans une espèce de mémoire textuelle.
Situationnelle Lieu/Époque de production et de circulation	Lieu de production et de circulation. Époque où les textes sont produits ou période où ils circulent.
Instances interlocutives/statut des interlocuteurs	Les personnes responsables de la production/interprétation/ Rôle social et institutionnel des interlocuteurs.
Finalité	Objectif de l'acte communicationnel.
Support Matériel	Support utilisé, mise-en-page, choix typographique.
Peritextuelle	Frontières du texte.
Metatextuelle	Discours sur le genre caractéristique de la formation sociodiscursive et aussi les théories développées sur le genre.
Discursive	Pratique sociodiscursive où le texte est intégré.
Intertextuelle	Les échos des textes qui y sont présents.

**Table 1 (cont.).** Grille d'analyse (dimension linguistico-textuelle).

Dimension linguistico-textuelle	
Composantes	Définition
Engrenage organisationnel	Plans de texte, séquences, rapport entre la partie verbale et non-verbale du texte dans les textes plurisémiotiques. Relevé des argumentations internes ou externes liées à l'organisation textuelle <sup>4</sup> .
Engrenage stylistique	Texture micro-linguistique.
Engrenage énonciatif	Degré de responsabilité des énoncés, identité et implications des énonciateurs ( <i>ethos</i> et <i>pathos</i> ).

Adaptée à partir de Pinto (2006, chapitre V).

<sup>4</sup> Selon Carel (1994, p. 75): "argumenter consiste à convoquer des blocs sémantiques". Et encore pour l'auteure dans chaque bloc sémantique il y a deux types de discours: les discours normatifs ou transgressifs. Les premiers sont traduits par des aspects en DONC – DC et les transgressifs, par POURTANT, représenté par PT. En outre, dans la nouvelle version de l'Argumentation dans la langue, la Théorie des blocs sémantiques (TBS), les entités verbales 'incorporent' des discours en PT ou DC (argumentation interne), ou encore, peuvent déclencher des continuations possibles en PT ou DC (argumentation externe). Voir aussi Carel (2008) pour l'étude de la TBS dans l'analyse textuelle.

D'abord nous avons choisi deux genres textuels<sup>5</sup> qui ont une visée persuasive bien évidente: l'affiche politique et l'éditorial. Le premier a l'intention de convaincre le peuple à voter pour un parti politique, le premier vise à provoquer chez le lecteur l'adhésion à une idée soutenue par l'institution journalistique. C'est bien intéressant de remarquer que ces genres ont un certain degré d'institutionnalisation. D'après Maingueneau (2004), les genres institués<sup>6</sup> regroupent les genres routiniers et auctoriaux. Les premiers peuvent être représentés par une échelle: d'un côté, ceux qui présentent une marge de variation minimale comme les actes juridiques et de l'autre ceux qui acceptent des variations personnelles puisqu'ils sont soumis à un script peu contraignant. Les autres présentent une étiquette (une indication paratextuelle) qui fournit des pistes importantes pour l'interprétation du texte.

Parmi les différents textes qu'on a sélectionnés, nous avons choisi un exemplaire prototypique<sup>7</sup> de chaque genre (Annexes 1 et 2), que nous appellerons étude de cas. Ce texte présente la *ressemblance de famille*<sup>8</sup> du genre auquel il appartient. Ayant déterminé cet exemplaire, nous avons appliqué notre grille d'analyse des genres persuasifs (Schéma 3) de manière à décrire ce genre textuel.

Et, de manière à avoir un regard sur l'ensemble des corpora recueillis, nous avons comparé les résultats obtenus par l'analyse d'un exemplaire prototypique à ceux observés par l'analyse de chaque groupe de textes appartenant aux deux genres.

## L'Analyse des études de cas

### L'affiche politique

L'annexe 1 qui convoque des codes sémiotiques divers a circulé pendant les élections pour le Premier Ministre portugais, en mars 2002. Les deux grands partis portugais: le Parti Socialiste (PS) et le Parti Social Démocrate (PSD) luttent pour une victoire.

Ce texte est facilement identifiable comme appartenant au genre affiche politique. Il présente la photographie du candidat du Parti Socialiste "Ferro Rodrigues" - qui correspond à une unité textuelle non-verbale -, accompagnée de l'unité verbale "Coragem" ("Courage") (dans la partie rouge de l'affiche). En plus, dans la partie inférieure de l'affiche, il y a le symbole du

parti (la rose), accompagné des initiales "PS" et du site du parti. Tous, à partir des connaissances préalables des modèles de texte intériorisés (dimension architextuelle) de ce que c'est une affiche politique, peuvent reconnaître tel genre et l'interpréter comme tel.

Si l'on regarde la dimension contextuelle, nous pourrions remarquer qu'il y a des éléments qui contraignent d'une manière remarquable la matérialisation linguistico-textuelle. Par exemple, l'affiche politique, ici au Portugal, circule dans des espaces bien restreints: surtout les ronds-points. Cela veut dire des endroits où on doit réduire la vitesse des voitures. De cette façon, les énoncés verbaux dans l'affiche doivent avoir une dimension réduite et doivent être faciles à être lus par le public en général. Conséquemment, il n'y a qu'une seule unité (située stratégiquement dans la partie rouge) qui se distingue par sa dimension et aussi par son aspect typographique. En d'autres mots, le lieu de circulation contraigne énormément le choix des unités et les aspects typographiques et chromatiques utilisés.

En plus, ce texte a une visée persuasive bien précise: gagner le vote de la population pour le PS. Mais comment cette argumentation est construite à l'intérieur de cet espace textuel?

Du point de vue organisationnel, nous pouvons constater que l'énoncé "Coragem." peut déclencher plusieurs argumentations externes possibles:

- (1) [Ce monsieur a du courage, par conséquent il va trouver un travail].
- (2) [Ce monsieur a du courage, donc il va vaincre les obstacles].
- (3) [Ce monsieur a du courage, donc il a les conditions pour être le Premier Ministre].

Si l'on analyse les trois continuations possibles pour l'énoncé "Coragem", bien sûr associées à la photo, nous remarquons que la (3) est la plus adéquate à ce texte. N'oublions pas que le but de l'affiche politique c'est exactement obtenir le vote pour le parti. Et c'est exactement le discours<sup>9</sup> (3) qui mieux s'adapte à cette finalité.

Et encore si nous associons l'énoncé "Coragem" aux initiales du parti, à son symbole et au site nous pourrions avoir plusieurs argumentations externes possibles:

<sup>5</sup> Dans la thèse, on a analysé trois genres: l'éditorial, l'affiche politique et la demande judiciaire. Mais dans ce travail, on a éliminé l'analyse de la demande judiciaire, parce qu'il n'y avait pas assez d'espace pour cette présentation. Et encore, il est important de souligner que nous avons choisi deux exemplaires des genres sélectionnés parce que notre point de vue d'analyse est plutôt qualitatif que quantitatif. Dans la thèse, dont cet article est un extrait, nous avons travaillé avec 17 éditoriaux et 17 affiches politiques pour mieux établir une étude comparative des genres persuasifs.

<sup>6</sup> Dans les travaux précédents, celui de 1999 par exemple, Maingueneau distinguait trois régimes de généralité: les genres auctoriaux, les genres routiniers et les genres conversationnels. Mais, comme la différence entre les deux premiers régimes n'était pas très nette, il les a regroupés et les appellera *genres institués*.

<sup>7</sup> Terme emprunté aux travaux en sémantique et en psychologie. Kleiber systématisait beaucoup de ces travaux (Kleiber, 1990).

<sup>8</sup> Terme emprunté à Lakoff, d'après Kleiber (1990, p.151).

<sup>9</sup> Ici, "discours" correspond à un enchaînement d'énoncés comme le préconise la TBS.

- (4) Si vous voulez quelqu'un avec du courage, votez pour ce parti (représenté par le symbole.)
- (5) Si vous voulez quelqu'un avec du courage, votez pour ce parti (représenté par les initiales.)
- (6) Si vous voulez quelqu'un avec du courage, votez pour ce parti (représenté par le site.)

Et tous ces discours qui peuvent être inférés à partir de l'unité verbale "Coragem.", associés aux unités qui sont présentes dans la partie verte de l'affiche sont possibles.

Du point de vue stylistique, nous remarquons qu'il y a des procédés non-verbaux (couleurs, typographie)<sup>10</sup> qui peuvent fonctionner, dans le genre en analyse, comme des organisateurs textuels<sup>11</sup> une fois qu'ils délimitent des unités dans le texte. Par exemple, on peut penser que la couleur rouge, présente, à peu près dans le tiers de l'affiche isole l'argument de la thèse (correspondante au symbole, aux initiales et au site du parti) qui se situe dans la partie verte inférieure de l'affiche. De même la typographie de l'unité "coragem" est tout à fait différente des autres unités. Ce qui la distingue comme un argument au service de tout l'univers textuel.

Nous avons encore l'importance de la photographie dans ce texte. Le "choix de la focale", le plan utilisés ne sont pas choisis au hasard. Par exemple, le fait de représenter le candidat en gros plan donne l'impression d'un homme proche, qui est à l'écoute des gens. En plus, par l'angle de prise de vue de la photo, on constate que le candidat apparaît sur un même niveau de l'œil invisible de l'appareil photo'. Cela permet de voir le candidat comme quelqu'un ouvert au dialogue et proche du peuple. Parmi ces messages iconiques, nous trouvons également l'importance de la tenue et de quelques accessoires du candidat: costume et cravate, lunettes carrées. Le candidat du PS s'est conformé aux signes qui caractérisent dans notre société la responsabilité et le caractère. Nous pouvons penser que tous ces indices correspondent à des marqueurs de point de vue<sup>12</sup>.

A travers le choix des constituants de ces deux engrenages, nous pouvons clarifier l'engrenage

énonciatif étendu, identifié surtout par les messages iconiques présents dans l'affiche. Comme nous pouvons nous apercevoir, il y a la préoccupation du stratège de marketing politique de créer un ethos de crédibilité (messages iconiques choisis – engrenage stylistique) et au même temps un ethos "timidement" moderne (présence du site du parti).

## L'éditorial

Cet éditorial "Durão: esquerda e direita" (fr. "Durão: gauche et droite") est signé par le journaliste Manuel Carvalho et a été publié dans le journal *Público*, le premier mars 2002. Ce texte a été publié avant les élections législatives au Portugal (le 6 avril 2002). Les deux grands partis du pays, le Parti Socialiste (dont le candidat est Ferro Rodrigues) et le Parti Social Démocrate (dont le candidat est Durão Barroso) disputent de très près la préférence des électeurs du pays.

Sous l'égide de "Espaço Público" (fr. "Espace Public") est construit tout un espace d'opinion dans le journal. Même les genres textuels qui entourent l'éditorial (le cartoon, les lettres aux lecteurs et d'autres), sous différentes rubriques, constituent une composante péritextuelle importante qui imposera au lecteur une "certaine lecture". Même si nous ne trouvons pas la rubrique "éditorial", de manière explicite, nous pouvons inférer qu'il s'agit d'un article d'opinion. C'est la voix institutionnelle qui est présente. Cela est remarqué à partir de la signature de l'article par un journaliste qui appartient au groupe de responsables, mais aussi par le lieu de circulation de l'éditorial (à l'extrême gauche de la page) immédiatement au dessous de "Espaço Público".

L'éditorial, comme les autres genres qui appartiennent à ce journal, est contraint par la composante metatextuelle. Le livre de style du journal impose des limitations bien rigides. Par exemple, le titre est l'élément central de la pièce journalistique et doit fonctionner par soi-même sans "muletas" (*Livro de Estilo Público*, 2005, p. 60). Et cette importance sera mise en évidence par la typographie et aura des échos dans l'engrenage organisationnel<sup>13</sup>.

<sup>10</sup> D'après Coutinho (2004, p. 295), les genres à l'intérieur du discours dans lequel il s'intègre peuvent sélectionner et gérer des unités sémiotiques variées (verbales ou non-verbales). C'est le texte empirique qui pourra soit reproduire les caractéristiques prévues par le genre soit avoir des compositions instables et inattendues.

<sup>11</sup> Cette expression a été proposée par Schnewly *et al.* (1989, p. 40-58). Les organisateurs textuels correspondent à des unités linguistiques qui sont responsables des opérations de connexion et de segmentation des textes. Les critères pour l'identification de ces organisateurs textuels sont exposés dans l'article mentionné.

<sup>12</sup> Selon Charaudeau (1992, p. 573), la *modalisation* permet d'explicitier les positions du sujet parlant par rapport à son interlocuteur, à lui-même et à son propos. Et d'après cet auteur, elle peut ne pas être exprimée par aucune marque linguistique et c'est "l'organisation de l'ensemble de l'énoncé qui, en relation avec d'autres indices verbaux ou paraverbaux (intonation, gestes, regards, ponctuation), et les particularités de la situation de communication, témoigne d'une Modalité énonciative particulière". Dans l'exemple analysé, nous appelons *marqueur de point de vue* à ces indices non-verbales qui sont choisis par l'agent producteur pour montrer une certaine attitude par rapport au message transmis.

<sup>13</sup> Pour une étude plus approfondie sur l'engrenage organisationnel des genres persuasifs, voir: Pinto (2008).

Si l'on analyse le titre, nous remarquons que ses caractères sont en italique et même la présence d'un organisateur textuel qui coordonne deux idées opposées, le "et" attire l'attention du lecteur. Comment le candidat peut être de droite et de gauche au même temps.

A partir de l'argumentation interne de [ser de] "direita" ([être de] "droite") – unité textuelle (1) - et [ser de] "esquerda" ([être de] "gauche") – unité textuelle (2) - que toute l'engrenage organisationnel du texte se développe.

Par rapport à l'unité textuelle 1, par exemple, on pourrait penser à plusieurs discours normatifs qui pourraient être inférés à partir de (1) et qui vont avoir des échos dans tout le texte. Quand, dans le premier paragraphe, le journaliste mentionne que Durão a l'intention de faire un "choc fiscal" semblable à celui que George Bush avait fait dans le gouvernement américain, on pourrait inférer (parmi d'autres possibilités de discours possibles) le discours normatif (7):

(7) [Il y a la diminution de quelques taux DC il pense qu'il y aura plus de développement]

Et ce discours, nous le savons tous, est sûrement caractéristique des candidats de droite et est présent dans le sémantisme de l'expression "être de droite".

Par rapport à l'expression "[ser de] esquerda" ("[être de] gauche"), il y a aussi des unités textuelles qui récupèrent implicitement cette unité. Par exemple, quand le journaliste dit que "Durão" présente "um apelo às funções sociais do Estado que pretende rivalizar com o programa de Ferro Rodrigues" (fr. "un appel aux fonctions sociales de l'Etat, lesquelles rivalisent avec celles du programme de Ferro Rodrigues"), nous pourrions penser au discours normatif:

(8) [S'il existe un problème d'ordre social DC il va essayer de résoudre le problème].

Le discours normatif ci-dessus serait l'un des discours présents dans l'argumentation interne de l'expression [être de "gauche"]<sup>14</sup>.

Par rapport à l'engrenage stylistique, nous remarquons des procédés linguistiques importants utilisés pour signaler l'hétérogénéité énonciative dans le texte et conséquemment atténuer le ton opinatif du journal. Il est fréquent, par exemple, l'usage des énoncés au discours indirect: "diz Durão Barroso [...] não passa de um 'preconceito ideológico do passado'" (fr. Durão Barroso dit, cependant, que l'opposition traditionnelle droite/gauche n'est plus qu'un "préjugé idéologique du passé").

Ou bien, l'emploi des mots entre guillemets. Selon Rosier (1999, p. 238), cette marque typographique crée un pacte discursif entre les journalistes et le lecteur, en créant l'effet de réel et c'est une stratégie utilisée par le journaliste pour isoler un fragment d'autrui et l'exclure de son propre point de vue. De cette façon, comme Maingueneau (1998, p. 64) écrit: "les guillemets constituent avant tout un signe construit pour être déchiffré par un destinataire". Les exemples dans le texte sont nombreux: "choque fiscal" (fr. "choc fiscal"); "preconceito ideológico do passado" (fr. "préjugé idéologique du passé"; "centrão" (fr. "le vaste centre").

Et encore, la modalisation épistémique du certain est aussi employé démontrant le degré de certitude relatif du Locuteur par rapport à ce qui est affirmé. L'utilisation du verbe "poder" (fr. "pouvoir") dans des expressions verbales est constante, par exemple.

A partir du relevé des engrenages textuels, nous pouvons observer la présence de deux *ethè*: l'un analyste et l'autre plutôt commentateur. Le premier est remarqué par l'usage d'une espèce d'opinion publique qui transmet un doxa anonyme. Par exemple, dans le premier paragraphe, les attitudes de Durão Barroso sont comparées à celles de Bush, de Berlusconi, de Paulo Portas e de Ferro Rodrigues. Par rapport au deuxième *ethos*, il peut être identifié à travers les différents procédés linguistiques qui représentent des indices polyphoniques. C'est l'emprunte de soi et des autres qui se construit selon la visée argumentative de l'éditorial et aussi les enjeux interlocutifs.

### Un survol sur les *corpora*

Si nous survolons les différents textes qui composent les *corpora* d'étude, nous remarquons que les éditoriaux choisis (de deux journaux différents "Público" et "Diário de Notícias") souffrent peu de variation au niveau stylistique ou énonciatif étendu. Ce qui change un peu plus c'est l'engrenage organisationnel. Le journal "Público", comme on l'a observé ne présente par d'opinion claire sur la position du candidat du PSD. Il est de gauche et de droite au même temps. Seulement un regard plus attentif pourra s'apercevoir qu'il y a plus de discours argumentatifs qui caractérisent le fait [d'être] "de droite" que "de gauche". Par contre, les éditoriaux de l'autre journal se positionnent bien plus et ne présentent pas le mouvement de double polarisation développé dans les éditoriaux du "Público".

Par rapport aux affiches politiques, elles présentent bien plus de variation soit au niveau organisationnel, stylistique et énonciative étendu. Peut-être le fait d'utiliser

<sup>14</sup> Evidemment, nous avons eu l'intention, dans les exemples exposés de montrer l'importance du titre, dans l'éditorial, pour l'engrenage textuel et le mouvement de polarisation qui traverse tout le texte. Par faute d'espace, nous nous sommes restreints à montrer seulement quelques exemples.

des codes sémiotiques non-verbaux (photo, couleurs, typographie, graphiques) puisse être un aspect de distinction intéressant et qui contribue à une dynamique argumentative bien plus diversifiée. En plus, nous devons souligner l'inexistence d'un metatexte qui puisse contraindre toute cette matérialisation linguistico-textuelle. Les affiches doivent être en constant dialogue avec les sondages, les enquêtes, les débats entre les partis, la campagne de l'autre parti. Tout cette instabilité contribue aux changements constants et à la diversité des cadres.

## Conclusions

A partir du relevé des composantes contextuelles et des engrenages textuels, nous pouvons remarquer que la *finalité persuasive* est transversale à tous les genres étudiés. Cependant, elle est construite différemment dans les deux genres analysés. Dans l'éditorial, il y a une tendance des journaux de ne pas prendre de positions définies, bien que, comme nous l'avons vu, cela peut changer en fonction du journal où il s'insère. Par contre, l'affiche politique doit recourir soit aux messages non-verbaux, soit aux messages verbaux bien limités (à cause du lieu de circulation) pour atteindre sa visée persuasive: il faut que l'électeur vote pour le parti politique, ou bien il faut qu'il soit pour la victoire du parti. De cette façon, nous pourrions imaginer l'existence d'un continuum. L'éditorial serait un genre institué qui s'approche plutôt du pôle démonstratif que du pôle persuasif. L'affiche serait exactement le contraire.

## Références

- ADAM, J.-M. 1999. *Linguistique textuelle: des genres de discours aux textes*. Paris, Nathan, 208 p.
- ANSCOMBRE, J.-C.; DUCROT, O. 1988. *L'Argumentation dans le discours*. 2ème édition, Liège/Bruxelles, Pierre Mardaga, 184 p.
- BAKHTIN, M. 1997. *Estética da Criação Verbal*. 2ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 421p.
- BRONCKART, J.-P. 2004. Les genres de textes et leur contribution au développement psychologique. *Langages*, 153:98-108.
- CAREL, M. 1994. L'Argumentation dans le discours: argumenter n'est pas justifier. *Langage et Société*, 70:61-81.
- CAREL, M. 2001. Argumentation externe et argumentation interne au lexique. *Langages*, 142:10-21.
- CAREL, M. 2008. Analyse sémantique et analyse textuelle. *Estudos Linguísticos/Linguistic Studies*, 1:35-50.
- CHARAUDEAU, P. 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris, Hachette, 928 p.
- COUTINHO, A. 2004. Organizadores textuais – entre língua, discurso e gênero. In: F. OLIVEIRA; I.M DUARTE (orgs.), *Da Língua e do Discurso*. Porto, Campo das Letras, p. 283-298.
- KLEIBER, G. 1990. *La Sémantique du Prototypé. Catégories et sens lexical*. Paris, Presses Universitaires de France, 199 p.
- LIVRO DE ESTILO PÚBLICO. 2005. Lisboa, Público, 304 p.
- MAINGUENEAU, D. 1998. *Analyser les textes de communication*. Paris, Dunod, 215 p.
- MAINGUENEAU, D. 1999. Analysing Self-constituting Discourses. *Discourse Studies*, 1(2):175-199.
- MAINGUENEAU, D. 2004. Retour sur une catégorie: le genre. In: J.-M. ADAM; J.-B. GRIZE; M.A. BOUACHA (eds.), *Texte et discours: catégories pour l'analyse*. Dijon, Presses Universitaires de Dijon, p. 107-118.
- PINTO, R. 2006. *Argumentação em gêneros persuasivos: um estudo contrastivo*. Lisboa. Tese de Doutorado em Lingüística (especialidade em Teoria do Texto). Universidade Nova de Lisboa, 545 p.
- PINTO, R. 2008. O papel da plataforma geradora na organização textual dos gêneros persuasivos. *Estudos Linguísticos/Linguistic Studies*, Lisboa, Edições Colibri/ CLUNL, 1:255-272.
- ROSIER, L. 1999. *Le discours rapporté. Histoire, théorie et pratiques*. Paris/Bruxelles, De Boeck & Larcier, 328 p.
- SCHNEUWLY, B.; ROSAT, M.-C.; DOLZ, J. 1989. Les organisateurs textuels dans quatre types de textes écrits (élèves de 19, 12 et 14 ans). *Langue Française*, 81:40-58.

Submetido em: 15/10/2008

Aceito em: 05/11/2008

Rosalice Pinto

Centro de Lingüística da Universidade Nova de Lisboa

Lisboa, Portugal

## Annexes

## Annexe 1



## Annexe 2

4 ESPAÇO PÚBLICO  
PÚBLICO • SEXTA-FEIRA, 1 MAR 2002

## *DURÃO, ESQUERDA E DIREITA*

Se não há dúvidas em afirmar que o programa eleitoral do PS é claramente inspirado nos princípios da esquerda, no caso do PSD poucas razões subsistem para que não seja considerado de direita

Durão Barroso oferece ao país um "choque fiscal" semelhante ao que George Bush aplicou nos primeiros meses do seu mandato, uma proposta para a Justiça que faz lembrar as políticas de Silvio Berlusconi, um discurso sobre a autoridade do Estado com ligeiras reminiscências da pose de Paulo Portas e um apelo às funções sociais do Estado que pretende rivalizar com o programa de Ferro Rodrigues. Quem de bom senso fizer o balanço global das suas propostas facilmente pode constatar que o partido de Durão Barroso é hoje mais

### Editorial

PPD que PSD, ou seja, mais popular que social-democrata, e está, por isso, mais à direita que à esquerda. Mas, apesar desta razoável clareza ideológica, Durão Barroso diz com pragmatismo que ora é de esquerda, ora de direita, tudo dependendo dos problemas em causa e das respostas que lhe propõe. Mais, diz Durão Barroso que a tradicional oposição esquerda/direita não passa de "um preconceito ideológico do passado".

Ao contrário de Ferro Rodrigues, que assume um discurso de esquerda e reivindica os valores ideológicos do socialismo democrático europeu, Durão prefere aparecer como um candidato do centro, procurando assim um confortável lugar nesse albergue espanhol que é o "centrão", que não é carne nem peixe, onde tudo cabe, até a indefinição. O problema é que, mesmo considerando as divisões tradicionais esquerda e direita menos nítidas do que outrora, não se pode ser uma e outra coisa ao mesmo tempo. Acaba-se sempre por ser mais de esquerda ou de direita e o PSD de Durão Barroso não escapa à regra.

Se não há dúvidas em afirmar que o programa eleitoral do PS é claramente inspirado nos princípios da esquerda, no caso do PSD poucas razões subsistem para que não seja considerado de direita. Pelo que afirma taxativamente, ou pelo que omite. O seu programa — que insiste, por exemplo, no reforço das privatizações, em mensagens de graça para os empresários, nos cortes das taxas de IRS que só as classes mais altas pagam ou até a sua ambiguidade em dizer sim ou não à liberalização da legislação laboral — é claramente próximo do conservadorismo liberal, do centro-direita ou da direita, conforme a terminologia preferida. Claro que Durão, como Ferro, insiste na importância das políticas sociais, mas enquadra-as como a etapa final do crescimento económico e não como um fim programático em si mesmo.

Independentemente das razões táticas que Durão possa reunir para evitar ferir susceptibilidades, enquadrando-se num "centrão" por definição insípido, incolor e inodoro, que foi a imagem de marca do guterrismo, as suas propostas essenciais acabam por o trair. Ficaria por isso bem a Durão Barroso e ao PSD assumirem-se sem preconceitos — afinal não há mal nenhum em ser-se de direita ou de esquerda e a separação das águas só ajuda os eleitores. MANUEL CARVALHO