

## POR UMA RETÓRICA DO DISCURSO: ARGUMENTAÇÃO TÉCNICA, EMOTIVA E REPRESENTACIONAL

Ivo José DITTRICH<sup>1</sup>

- RESUMO: O ponto de partida do presente artigo é o de que a retórica do discurso resulta da ação integrada e complementar entre argumentos de ordem técnica, emotiva e representacional. Dependendo do interlocutor e dos objetivos do discurso, predomina um ou outro. A partir desses princípios, pode-se dizer que, dependendo da argumentação predominante, tem-se discursos com uma retórica mais técnica, mais emotiva ou mais representacional. Enquanto a argumentação técnica racionaliza o discurso, a emotiva lhe confere sensibilização e a representacional, credibilidade. Uma Teoria da Argumentação deveria situar, portanto, seus fundamentos teóricos e metodológicos na correlação entre esses diferentes aspectos da argumentação, principalmente quando se trata de analisar discursos do ponto de vista retórico.
- PALAVRAS-CHAVE: Retórica; argumento; racionalização; emoção; representação.

### Introdução

Historicamente, a humanidade tem-se ocupado do efeito das palavras sobre a natureza e o espírito humanos, o que não faz estranhar que se desenvolvesse a arte do discurso a fim de interferir sobre as suas crenças e atitudes. Já na Antiga Grécia, num período anterior a Platão e Aristóteles, filósofos como Córax, Tísias e Isócrates, além dos sofistas e do próprio Homero, dedicam-se a refletir sobre a potencialidade persuasiva dos discursos, descrevendo sua funcionalidade e sua possibilidade de interferência sobre quem os ouvia. Observando e analisando a prática dos discursos proferidos nos tribunais ou em praça pública, desenvolveram os primeiros conceitos teóricos relativos à persuasão por meio da linguagem verbal: *polytropa* – adequação do discurso ao interlocutor – e *psicagogia* – poder encantador das palavras –, por exemplo.

---

<sup>1</sup> UNIOESTE – Campus de Foz do Iguaçu – Centro de Educação e Letras – 85870-650 – Foz do Iguaçu – PR – Brasil. Endereço eletrônico: dtrch@unioeste.br

De acordo com Rohden (1997), a partir da crítica destes pensadores e da sistematização dos conhecimentos até então produzidos, Aristóteles desenvolve suas próprias reflexões, organizando um sistema retórico que, ainda hoje, é referência para os estudos sobre retórica e argumentação. Pode-se dizer que em duas obras principais ele discute e sistematiza os fundamentos da persuasão no discurso: nos *Tópicos* (1973), descreve a natureza e a origem dos diferentes argumentos com o fim de qualificar o raciocínio dialético tão rigorosamente quanto o analítico, característico das ciências formais; na *Arte Retórica* (2002) estabelece uma teoria do discurso voltada para o exercício da argumentação: a Retórica é a faculdade de ver, teoricamente, aquilo que, em cada caso, pode ser capaz de gerar a persuasão. Elabora, portanto, uma teoria sobre a arte de persuadir: descreve, teórica e metodologicamente, como o discurso organiza seu potencial persuasivo ou, mais especificamente, como o orador aciona, lingüística e discursivamente, estratégias técnicas, emotivas e representacionais a fim de influenciar o interlocutor, tanto em suas crenças quanto em seus desejos, vontades e ações.

Com base nesses princípios, pretende-se desenvolver algumas reflexões sobre a retórica do discurso a partir de sua configuração argumentativa. Quando o objetivo do orador é convencer (ou persuadir) por meio do discurso, utiliza-se dos argumentos técnicos para falar à razão, da organização discursiva e da expressividade das palavras para aguçar a sensibilidade do auditório, despertando-lhe o interesse e mantendo sua atenção, de um jogo de representações para impressioná-lo positivamente, apresentando-se como alguém passível de credibilidade e com legitimidade para propor sua opinião. Embora seja plausível aceitar que a argumentação emotiva e representacional apenas subsidie a maior ou menor aceitação dos argumentos técnicos, parece pertinente admitir que, em determinados discursos, aquela se sobreponha a estes. Assim, a potencialidade argumentativa do discurso resultaria de sua qualidade racionalizadora – capacidade de organizar os raciocínios de natureza técnica, objetiva, intelectual –, vinculada à teoria da argumentação (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996); da sua qualidade emotiva – capacidade de organizar o discurso para ativar a sensibilidade do interlocutor, que deriva das emoções –, vinculada a uma teoria estética da comunicação (PARRET, 1997); da sua qualidade representacional – capacidade para constituir uma imagem de legitimidade e de credibilidade do orador perante o auditório –, vinculada a uma teoria do *ethos* (AMOSSY, 2005). Assim, enquanto a primeira está centrada no discurso, a segunda está focada no auditório e a última, no orador.

Como ato comunicacional, a argumentação pode ser entendida como a interlocução por meio da qual o orador, partidário de uma opinião, pretende fazê-la chegar ao auditório, objetivando conquistar-lhe a adesão. À Retórica, como Teoria da Argumentação, cabe descrever esse processo, apontando a

natureza dos diferentes aspectos envolvidos e sua possível sobreposição ou encadeamento. Como se trata de um processo comunicativo em que o orador tenciona obter a adesão de um auditório para a opinião que lhe apresenta, atua simultaneamente em três frentes: por meio dos argumentos técnicos, procura mostrar que se trata de uma opinião tecnicamente (cognitivamente) verossímil, sustentável; por meio dos argumentos emotivos, apoiando-se em recursos da expressão, objetiva sensibilizar o auditório para angariar seu interesse, procurando mostrar que se trata de uma opinião viável, boa e útil; por meio da argumentação representacional, objetiva constituir seu credenciamento, apresentando-se com legitimidade e com capacidade para emitir a opinião em causa.

No primeiro caso, racionaliza sua tese, apoiando-se em preceitos de ordem técnica, para fazer com que o auditório entenda a opinião e as justificativas em que se assenta: não se trata somente do conteúdo dos argumentos (conhecer); também de como se relacionam para gerar uma conclusão plausível (entender); no segundo, em preceitos de ordem emotiva, mostrando-lhe as razões que a tornam boa, por que vale a pena assumi-la, afinal, o que o auditório pode ganhar, adotando-a; no terceiro, em um *ethos* prévio – institucional ou pessoal – e na constituição de um *ethos* discursivo para conquistar a confiança do interlocutor. Na racionalização (fundamentação) técnica, as justificativas são de natureza cognitiva, lógica; na afetiva, de ordem passional; na representacional, de natureza ética: o discurso, afinal, não pretende ser apenas consistente; além de motivador, pretende ser legítimo. Assim, para que todas estas razões influenciem o auditório, é preciso que este lhes preste alguma atenção e, assim, o estilo, o léxico, a gramaticalidade e a textualidade atuam conjuntamente para atingir o auditório em sua racionalidade, sensibilidade e confiabilidade. Pode-se dizer que a emoção como argumento correlaciona e integra a racionalização técnica com a legitimidade. É da ordem do prazer, mas também do criar.

Pode-se acrescentar, ainda, que a dimensão técnica é da ordem do conhecer e do entender; a emotiva, do sensibilizar e do atrair; a representacional, do crer e do legitimar. A relação entre o orador e o esquema argumentativo é da ordem da racionalização; entre o argumento e o auditório, da afetividade; entre o orador e o auditório, da legitimidade. Assim, a argumentação técnica responde à questão: por que a opinião é verossímil?; a emotiva, por que merece ser adotada?; a ética, por que merece confiança?. As três instâncias argumentativas atuam conjunta e complementarmente: não resolve organizar tecnicamente a opinião de forma a torná-la razoável, se o auditório não souber para que serve, por que é boa ou o que poderá ganhar em caso de adotá-la; também não resolve “embalar” a opinião em um discurso bonito, com palavras “encantadoras”, se o conteúdo e a lógica dos argumentos não for coerente; da mesma forma, pouco resolve dizer por que a opinião merece ser considerada e aceita, se as justificativas em

que se apóia não são consistentes ou se o caráter do orador depõe contrariamente à opinião que defende. Trata-se, portanto, de compreender a argumentação integrada em toda a dinâmica retórica e o argumento como todo e qualquer recurso discursivo que contribui para promover ou ampliar a adesão do auditório à opinião que lhe está sendo proposta.

### **Argumentação: entre a racionalização, a emoção e a representação**

De acordo com Abreu (2002), a arte de argumentar pressupõe convencer pela razão e persuadir pela emoção. À primeira vista, parece uma alternativa interessante. A proposta, entretanto, ainda parece amparar-se nos princípios racionalistas (iluministas), separando o homem em duas entidades distintas – uma racional e outra afetiva. Mesmo que o verbo persuadir se inscreva no sentido da raiz latina *suav*, o que significaria conquistar a adesão do interlocutor de maneira suave, sem fórmulas dedutivas, e que o sentido de convencer se articule em torno de *vencer com* – portanto, uma vitória conjunta entre orador e auditório –, não parece uma saída interessante: por um lado, o sentido de convencer circula no campo do necessário e da demonstração, próximo, portanto, às ciências naturais e, por outro, restringir o sentido de persuadir ao emocional implicaria assinalar que não passaria de seduzir, “engambelar” e, até mesmo, ludibriar. O autor parece querer promover uma cisão teórica e metodológica no interior da linguagem, simultaneamente técnica, emotiva e representacional: seria difícil negar que uma argumentação tecnicamente consistente não poderia emocionar ou, então, que uma expressão mais sensibilizadora não poderia ser racionalmente explicitada. Não parece tão simples estabelecer a distinção nas bases em que o autor propõe. “A retórica, diz Aristóteles, compreende três tipos de provas (*pisteis*) como meios de persuadir: os dois primeiros são o *ethos* e o *pahtos* [...]; constituem a parte afetiva da persuasão. O terceiro tipo de prova, o raciocínio, resulta do *logos*, constituindo o elemento propriamente dialético da retórica” (REBOUL, 2000, p.36).

É preferível concordar com Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) e Reboul (2000), que discutem uma possível distinção entre convencer e persuadir em termos de nuances teóricas: tratar-se-ia de aspectos interligados, presentes simultaneamente na dinâmica argumentativa. Mesmo que os autores não enfatizem sua dimensão emotiva e representacional, não deixam de considerá-la como recurso argumentativo.<sup>2</sup> Acrescente-se, ainda, que persuadir, no sentido que cabe à argumentação, pressupõe também “levar a acreditar em”, o que não implica, necessariamente, “levar a fazer”. Pode-se, por exemplo, por meio do

---

<sup>2</sup> Vide, por exemplo, o artigo *A teoria perelmaniana e a questão da afetividade* (MOSCA, 2004).

uso da força, levar (obrigar) alguém a – por falta de alternativa – praticar determinado ato. É o caso do preso que se confessa autor de um crime apenas porque foi forçado fisicamente. É o tipo de ação que, certamente, não decorreu de qualquer argumentação. Lembre-se, além disso, que Aristóteles, ao distinguir o raciocínio analítico do dialético, diz que este último é próprio da Retórica, porque não parte de axiomas a partir dos quais se deduzem conclusões evidentes e necessárias. Parece mais pertinente, portanto, situar a argumentação na confluência do técnico, do emotivo e do representacional, sem entrar no mérito teórico de possíveis delimitações relativas a persuadir e convencer. Até porque, em língua portuguesa, pelo menos, os dois verbos parecem ser usados indistintamente.

Além destas questões relativas à natureza teórica dos conteúdos e dos efeitos da argumentação, é importante ressaltar, ainda, que o procedimento argumentativo também sofre influência do meio e da modalidade em que ocorre: assim, a retórica do texto escrito deve apresentar características próprias a esta modalidade discursiva. Mesmo que a tecnologia moderna não mais permita dizer que *verba volant scripta manent*, os recursos de que a escrita dispõe para persuadir, se não são mais limitados, pelo menos não são os mesmos que os da oralidade. Além disso, considere-se que cada gênero do discurso (por mais controversa que seja esta noção) apresenta suas próprias características: “qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*” (BAKHTIN, 1997, p.279).

Sem ignorar as caracterizações de cada gênero, parece possível analisar a configuração retórica do texto impresso com base na sua argumentação simultaneamente técnica, emotiva e representacional, para concluir qual é a predominante. Além de encadearem uma linha de raciocínio que permita acompanhar a racionalização da tese que o autor está propondo, os enunciados do discurso objetivam sensibilizar o leitor a ponto de estimulá-lo, primeiro a se predispor à leitura e, ao mesmo tempo, a interessar-se por seu conteúdo, sem deixarem de contribuir com as representações mediante as quais o orador pretende afiançar sua perspectiva (subjacente ou explícita) em relação ao assunto abordado. Parece, então, importante situar cada um dos argumentos em relação à sua natureza constitutiva e aos efeitos retóricos que pretende atingir.

## **O discurso técnico: a consistência e a convergência dos argumentos**

Não parece contra-senso situar a dialética como um dos componentes da Teoria da Argumentação: para Aristóteles, a dialética trata da arte de raciocinar a partir de opiniões geralmente aceitas, estabelecendo um paralelo com as formas de raciocínio desenvolvidas no procedimento analítico, próprio das ciências

naturais: da ordem do necessário, do evidente, portanto. Mas a teoria da argumentação não se resume a essa dimensão dialética; ao contrário, esta é apenas um de seus componentes na medida em que cuida da organização dos argumentos – forma – e do conteúdo dos argumentos – conhecimento – e da maneira como estes se coordenam para sustentar determinada opinião – convergência: “A análise concerne às provas que Aristóteles chama de dialéticas, examinadas nos Tópicos e cuja utilização mostra na Retórica” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p.5).

Entende-se, aqui, o argumento técnico neste duplo sentido: a forma em que se organizam as premissas para gerar conclusões e o próprio conteúdo dessas premissas. (BRETON, 1999). A argumentação, por sua vez, é entendida como o processo da ação argumentativa que consiste em propor determinada opinião por meio do discurso, colocando-a à apreciação de determinado auditório, buscando-lhe a adesão. Esse processo exige do orador que, além de dominar a organização dos argumentos a partir de opiniões geralmente aceitas, saiba buscar suporte técnico em conhecimentos que sustentem o esquema argumentativo.

Assim, o valor da argumentação no seu componente técnico reside na lógica em que os argumentos se estruturam, no conhecimento em que se apóiam, na autoridade a que recorrem, e, mesmo, nas evidências utilizadas como justificativa. Nesse componente, é fundamental que o auditório seja capaz de acompanhar a linha de raciocínio em desenvolvimento, qual seu ponto de partida, em quais crenças e valores se apóia e para que opinião está buscando adesão. Com o risco que o termo envolve, pode-se dizer que se trata da dimensão propriamente *técnica* do discurso. A habilidade do orador está no uso inteligente que faz das diferentes possibilidades de organização dos argumentos, conforme já amplamente descritos e categorizados por Aristóteles (2002), Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), Reboul (2000) e outros estudiosos da teoria da argumentação.

Se a retórica é a arte de influenciar um determinado auditório, a sua dimensão técnica se estriba na qualidade dos argumentos escolhidos para a persuasão. Ou seja, o auditório deve aderir à opinião pela sustentação cognitiva em que é amparada, por meio dos argumentos que se desenvolvem. E, para isso, deve ser capaz de acompanhar a linha argumentativa organizada pelo orador. Considere-se, ainda, que a qualidade técnica da argumentação também está, geralmente, relacionada ao grau de conhecimento, em determinado assunto, do auditório a quem se dirige. Não seria a mesma coisa persuadir um grupo de economistas sobre os rumos da economia brasileira e a sociedade brasileira em geral.

Pode-se dizer que, de maneira geral, os discursos em que predomina a argumentação técnica são aqueles voltados para um auditório especializado<sup>3</sup> e

---

<sup>3</sup> O auditório formado por especialistas em determinada área de conhecimento ou atividade técnica.

que, de um modo praticamente deliberado, objetivam atacar, defender ou reforçar determinada tese. É o caso dos filósofos, dos membros do poder judiciário nas decisões em tribunais superiores, dos economistas em suas deliberações macroeconômicas, dos cientistas das áreas sociais e humanas. Trata-se de discursos pautados pelo rigor terminológico, por uma linha de raciocínio logicamente sustentada e com uma série de pressupostos técnicos e teóricos que orador e auditório admitem compartilhados previamente. Mesmo assim, transparecem ocasiões em que a argumentação se torna mais emotiva, com passagens em que o orador “apela” para a sensibilização de seus virtuais pares, sem deixar de recorrer a estratégias que reforcem sua legitimidade e sua credibilidade.

Num sentido restrito, à teoria da argumentação, tal como o propusera Aristóteles em sua Retórica,<sup>4</sup> caberia abordar tão somente a dimensão técnica (racional) da argumentação. Num sentido amplo, entretanto, como Teoria (Geral) da Argumentação, o argumento técnico é apenas um dos aspectos de que se constitui seu objeto. O que está envolvido nessa discussão é a maior, ou menor, amplitude alcançada pela teoria: se argumentar se restringe apenas à organização dos argumentos – natureza dos entimemas, cuja relação entre conclusões e premissas se restringe ao verossímil – a argumentação se inscreve no sentido restrito; se, todavia, implica dar conta de todos os aspectos que interferem no processo argumentativo, sua abrangência se amplia a ponto de confundir-se com a Retórica aristotélica. Mesmo que para Plantin (2005) a argumentação tenha sido “deslegitimada” junto à Retórica enquanto a esta estivera ligada, a segunda alternativa ainda parece a mais viável, pelo menos para dar um pouco de suporte à área de abrangência da teoria: é possível compreender a retórica como a argumentação posta em ação – como processo, portanto. Cabe à Teoria da Argumentação examiná-la em toda a sua amplitude, incluindo, ao lado da argumentação técnica, também a emotiva e a representacional. É a alternativa teórico-metodológica privilegiada neste estudo.

## **O discurso emotivo: a sensibilização do interlocutor**

As reações de ordem emotiva, sentimental ou de prazer proporcionadas pelas palavras – *expressividade* –<sup>5</sup> não dependem apenas dos diferentes sentidos que elas evocam; também se originam no inusitado, na musicalidade, na

---

<sup>4</sup> Para Aristóteles, a Retórica compreendia quatro partes: teoria da argumentação, teoria da disposição, teoria da elocução e teoria da ação, às quais os romanos, mais tarde, acrescentaram a teoria da memorização.

<sup>5</sup> Não se está aqui dizendo que a essência da arte é a expressão, de modo que se poderia dizer que a arte tem, *também*, entre outros, um caráter expressivo – exteriorização dos sentimentos do autor. “O aspecto essencial da arte é o produtivo, realizativo, executivo” (PAREYSON, 1984, p.31).

agradabilidade que proporcionam e, em conseqüência, um discurso impressionará mais ou menos, de acordo com sua capacidade de atingir (e ativar) as paixões do auditório, atraindo seu interesse, prolongando a sua atenção e motivando-o para a adesão. A expressividade, assim, é vista da perspectiva do auditório e não como manifestação da interioridade (da subjetividade) do orador, tal como predominava no espírito romântico. A conquista (pela expressividade) como recurso argumentativo parece estar, duplamente, a serviço do raciocínio: por um lado, prepara o espírito do auditório para que, pelo menos, se disponha positivamente a acompanhar a argumentação desenvolvida e, por outro, procura sensibilizá-lo para a crença ou a atitude que o orador pretende alcançar por meio da argumentação, tecnicamente desenvolvida. Assim, para não comprometer o caráter ético da argumentação, do ponto de vista retórico, as tradicionais figuras da linguagem deixam de ser interpretadas, apenas, como mecanismos que tornam o discurso elegante ou bonito; exercem papel emotivo na medida em que impressionam e se colocam, também, como condensadoras de determinados valores ao redor dos quais se estabelece a argumentação.

Mesmo que a Estilística designe pelo nome de figura “uma maneira de falar mais viva que a linguagem comum e destinada a tornar sensível a idéia por meio de uma imagem, uma comparação ou a chamar melhor a atenção pela sua justeza e originalidade” (GUIRAUD, 1970, p.30), o papel retórico da figura não pode ficar reduzido a isso: também apresenta potencial argumentativo enquanto construção dos sentidos. Seu uso, portanto, vai além do expressar a subjetividade. Possivelmente, em função dessa natureza multiaspectual das figuras, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) as tenham classificado de acordo com sua contribuição para o discurso: figuras de presença, figuras de seleção e figuras de comunhão. Trata-se, portanto, de estratégias discursivas para impressionar e, ao mesmo tempo, estruturar e desenvolver a argumentação com o fim último de persuadir. Com base nessa compreensão, não se poderia, por exemplo, reduzir a metáfora ao seu papel de comparar ou de explorar (criativamente) as semelhanças entre duas entidades, qualidades ou relações; ela pode condensar a conclusão de um certo raciocínio; basta refazer a analogia que lhe deu origem ou que a subsidia.

A estética da comunicação (PARRET, 1997) pode contribuir para a compreensão do papel afetivo que a linguagem verbal e, mais especificamente, determinadas expressões nominais desempenham. Não significa que, necessariamente, fragilizem o interlocutor na sua capacidade intelectual; apenas que lhe solicitam raciocinar com “as razões da paixão”, por sua natureza diferentes daquelas que iluminam o raciocínio objetivo, frio, calculista, quase lógico; mas nem por isso, irracionais. Se o ser humano é um misto de razão e de emoção, sua racionalidade não se poderia resumir apenas à primeira, tal como o entendiam os cartesianos. Não parece, portanto, contraditório falar de uma



racionalidade emotiva, à qual se dirige o discurso enquanto organização e unidade de sentido, ao mesmo tempo amparado por uma linguagem tecnicamente precisa e pragmaticamente adequada.

Assim, pode-se dizer que é na intersubjetividade que se processam os sentidos de certas expressões. Há um senso comum, não representável objetivamente, que permite a interpretação de certas expressões. É o estabelecimento de uma razão emotiva, que se constitui na compreensão do belo (que deixa o interlocutor admirado) e, até mesmo, do sublime (que o deixaria estupefato). É pelo fato de viver em comunidade que a cooperação na atividade lingüística é processada. E, de acordo com Parret (1997), essa cooperação é de natureza estética. Não se poderia, portanto, abordar retoricamente o discurso, considerando-o apenas em seu aspecto de compreensão objetiva – na racionalidade do *logos*. Na medida em que os interlocutores pertencem a uma comunidade discursiva que tem valores em comum (mesmo que não explicitamente estabelecidos), a retórica se ampara na simultaneidade entre uma razão racional e uma razão emotiva. É por despertar a simpatia (*pathos*) e, ao mesmo tempo, o gosto (estético) do interlocutor que subjazem ao argumento técnico ou lógico que a persuasão se implementa e que se pode falar de uma argumentação estética ou emotiva.

O raciocínio por abdução parece guiar a interpretação dos enunciados. Ainda segundo PARRET (1997, p.101), “a lógica da abdução depende da estética do ícone, e é mera extensão da semiótica de Peirce dizer que a compreensão abduativa nada mais é do que nossa *sensibilidade* para os ícones que nos cercam e nos forçam a raciocinar com imaginação”. Nesse sentido, as expressões e os enunciados – por estarem também no plano da figura, às vezes mais que no da referência – podem ser interpretadas iconicamente: além dos sentidos que veiculam, despertam a sensibilidade do interlocutor, motivando-o para a crença e, até mesmo, para a ação. Assim pode ser compreendida a natureza retórica dos enunciados: valem pelo que significam (pelo sentido que veiculam), mas também pelas sensações que despertam. “Se a figura tem função expressiva e comunicativa é porque insere as paixões num dispositivo ‘razoável’, numa economia na qual o *pathos* torna-se comunicável” (PARRET, 1997, p.111).

Ressalte-se, todavia, que ao falar de sentimentos se está englobando uma série de possibilidades, ou seja, que o sentimento estético se manifesta em diferentes dimensões: “aqueles vividos pelo artista antes da obra, aqueles expressos na obra, aqueles vividos pelo artista ao fazer a obra e aqueles despertados pela obra no leitor” (PAREYSON, 1984, p.71). No discurso, como um fazer, inserem-se todos esses aspectos, embora, do ponto de vista do orador, interessem os sentimentos que consegue despertar no auditório. Objetiva não só que contemplem seu discurso como um fazer criativo, mas principalmente

que o compreendam em sua dimensão técnica, assimilando bons motivos para aderir à opinião que lhe é apresentada. Não parece difícil compreender que uma Teoria da Argumentação deva dar conta de todos esses aspectos quando se trata de analisar a natureza retórica de determinado discurso. Trata-se de diferentes facetas da natureza humana, postas em ação quando se trata de persuadir. E a afetiva certamente é uma delas.

Assim, pelo menos por hipótese, nas expressões do discurso pode predominar a natureza do *pathos*, não no sentido de patético ou patológico, mas no de paixão. Ressalte-se que esta paixão, pelo seu vínculo com o sensível, não deixa de ser *razoável*, na medida em que desperta um exercício de imaginação, de raciocínio, de possível antecipação sobre o provável conteúdo e enfoque a ser perseguido pelo discurso. “A paixão dos sujeitos, fator de opacidade, aparece precisamente na discursivização das interações: é dessa forma que argumentar e discursar se juntam num só e mesmo ato, o do ser apaixonado, membro de uma comunidade comunicacional” (PARRET, 1997, p.173). Essa compreensão toma por referência a compreensão aristotélica de que a arte de persuadir – no seu sentido prático - é justificada por regras e valores que não têm características apenas técnicas ou verificacionais; também se configuram as emotivas.

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p.26), “não se concebe o conhecimento do auditório, independentemente dos meios suscetíveis de influenciá-lo” e, portanto, o uso de recursos capazes de impressioná-lo também se dá em função dos interesses e do perfil sócio-cultural daqueles a quem se dirige. Além disso, a afetividade argumentativa se apóia na ação sobre os espíritos por meio das possibilidades que o discurso oferece. Isto significa que não se enquadram no terreno da retórica, pelo menos como propriedade do discurso persuasivo, aqueles recursos extradiscursivos, tais como sonorização e iluminação, por exemplo. Um dos princípios da dinâmica retórica está na sua transparência: o auditório deve estar consciente de que está sendo submetido à análise de uma opinião.

Ressalte-se que um dos objetivos do orador está em angariar e manter o interesse do auditório e, nesse sentido, o processo de argumentação é, antes de tudo, um contato intelectual e, ao mesmo tempo, interpessoal. E, portanto, discurso suave e agradável, não significa necessariamente engodo ou desestabilização emocional. Trata-se de um recurso discursivo que objetiva suavizar o acompanhamento da racionalização argumentativa. Mais do que um recurso de embelezamento, na argumentação emotiva se manifesta a capacidade criativa do orador. O maior ou menor sucesso da argumentação está relacionado, também, com a maneira em que os argumentos se organizam, com as palavras que se empregam, com o estilo mais ou menos formal em que se desenvolve. A lógica do argumento pode até continuar a mesma, quando se modificam as

palavras em que se expressa, mas seu vigor e sua eficácia têm a ver com as paixões que consegue aguçar e, portanto, com a motivação com que o auditório o recebe. Não interessam tanto os sentimentos que o orador cultiva; interessam aqueles que consegue despertar no auditório. Nem sempre o que apaixona o orador apaixona, do mesmo modo e no mesmo grau, aqueles a quem o discurso se dirige.

Poderia parecer que o aqui apresentado como Estética não passaria, conforme Pareyson (1984), de uma Poética, ou seja, de um determinado programa de arte, dado que aquela teria um caráter filosófico e especulativo. Todavia, na medida em que aqui se está refletindo em torno de um possível referencial teórico-metodológico que fundamente a retórica de um discurso predominantemente emotivo, as discussões que se apresentam em torno do discurso como criação, como um fazer persuasivo, não se consideram programáticas, uma vez que não se enquadram em determinada fórmula ou doutrina que estabeleceria “regras” de como produzi-lo.

Diante desse referencial estético, não parece complicado estabelecer que em determinados discursos predominem os recursos emotivos, principalmente em função do auditório em causa e da temática em vista: cite-se, como exemplo, o advogado ou a promotoria que, no tribunal, precisam motivar os jurados para aderirem à tese da defesa ou da acusação. Não bastam as provas técnicas e o raciocínio logicamente encadeado; será necessário despertar os ânimos no sentido de predispor a decisão contra, ou a favor, do que as partes pretendem. Neste caso, o apelo aos sentimentos, às “razões da alma” pode (talvez deva) predominar sobre o conjunto técnico do discurso. Significa que o orador demanda mais esforços de ordem afetiva a fim de impressionar (e mobilizar) o auditório: recorre a expressões que geram impacto emocional, organiza enunciados que projetam idéias de sofrimento, ameaça, injustiça, conforme os interesses que estiver defendendo. Algumas pregações de caráter religioso parecem inscrever-se na mesma dinâmica. Em suma, a ênfase nesse tipo de argumentação produz discursos com uma retórica predominantemente emotiva.

## **O discurso representacional: a ética do orador e a legitimidade**

Na arte retórica clássica, o *ethos* significava o caráter que o orador desfrutava na praça, conhecido a partir do seu perfil de virtudes, coragem e honestidade. Como se tratava de uma sociedade numericamente reduzida, era possível ao auditório conhecer, pelo menos aproximadamente, o caráter do orador. Tratava-se, então, de uma condição previamente dada – *ethos* prévio. Sabe-se, no entanto, que o orador pode construir uma certa representação por meio do próprio discurso, seja ela condizente ou não com o seu efetivo modo de ser. Isso não

deve significar que o orador seja refém – assujeitado – do seu discurso, como se lhe fosse negada a possibilidade de iniciativa; ao contrário, ele se apresenta no discurso, organizando-o, intencionalmente, da forma que lhe seja favorável e de modo a angariar a confiabilidade de seu auditório.

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências lingüísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. Assim, deliberadamente ou não, o locutor efetua em seu discurso uma apresentação de si. (AMOSSY, 2005, p.9)

Some-se a isso que o orador fala de determinada posição social, institucionalizada ou não, e o valor atribuído ao conteúdo dos seus argumentos e à opinião para a qual pretende conquistar a adesão serão valorizados também em relação a essa condição de produção. Trata-se de um jogo de poder do orador sobre o auditório por meio da palavra: de um lado, apóia-se nos valores que cultiva ou, pelo menos, se apresenta como tal a fim de impressioná-lo, angariando a necessária confiabilidade nos juízos que emite; de outro, “nalguma qualidade para tomar a palavra como orador e ser ouvido” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p.21).

É compreensível que a relação entre orador e auditório seja da ordem do poder, uma vez que ambos estão socialmente situados e falam, ou ouvem, das posições sociais que ocupam e do meio cultural de que participam. Além disso, tanto um como outro assumem diferentes papéis ou personalidades ao longo da argumentação, restringindo ou ampliando o alcance das suas palavras e o poder de interferência (ou de resistência) sobre o outro. São, portanto, as representações evocadas pelo discurso, mais do que o caráter individual do orador, que favorecem as possibilidades de maior ou menor aceitação das opiniões propostas. O próprio discurso permite que o orador se apresente, ou represente, ora com determinada característica, ora com outra.

Se tomadas as três formas puras de poder, conforme Weber (1999), pode-se dizer que a dimensão ética (representacional) não se funda apenas em um deles; predomina ora o tradicional, ora o carismático e, por vezes, o institucionalizado porque, neste caso, a distribuição dos papéis está previamente estabelecida: por princípio, é o espaço próprio para a argumentação. Há, assim, instituições legitimamente estabelecidas para debater e para deliberar: o parlamento e os diferentes Conselhos, por exemplo. Todavia, pelo menos do ponto de vista ético, não seria a força institucional que deveria prevalecer no fazer retórico; deveria, antes, estabelecer-se a partir da qualidade e da consistência da argumentação desenvolvida. Assim, mesmo em circunstâncias institucionalizadas, produzem-se

discursos em que predomina, ou pelo menos se torna recorrente, o esforço do orador para conquistar (às vezes, reconquistar) a confiabilidade do auditório. Pode-se dizer que predomina uma argumentação que objetiva, mais do que sustentar determinada tese, construir um perfil de credibilidade e de legitimidade para o orador. É como se ele, constantemente, estivesse preocupado em dizer ao auditório por quais razões merece confiança. Seria o caso do político que usa a tribuna para refazer uma imagem afetada por algum escândalo ou comportamento não muito bem visto pelos seus possíveis eleitores ou partidários. Com uma imagem “arranhada” por algum escândalo, esforça-se para, por meio do discurso, reconstruir sua imagem e, para isso, escolhe um léxico e um estilo que lhe assegurem uma representação positiva. É também o discurso da publicidade que, mais do que incentivar o consumo, pretende fixar a confiabilidade na marca do produto, pois sabe que aquele é conseqüência desta. Organiza seus anúncios de modo a enfatizar aspectos que confirmam credibilidade e legitimidade à empresa que os oferece.

É preciso considerar, portanto, que o processo de argumentação é, acima de tudo, um ato de comunicação e, como tal, pressupõe interação entre os agentes do discurso: orador e auditório. Trata-se de uma relação de forças de ordem comunicativa e, portanto, representacional: cada um joga com as armas que tem, na luta para impor sua opinião e na resistência para refutá-la, avançando e contrapondo seus próprios valores e crenças. Mesmo quando se trata de uma situação interlocutiva em que o auditório não tenha acesso imediato à contestação, sua atitude pode revelar-se de indiferença, tolerância e não aceitabilidade dos juízos emitidos pelo orador. Considere-se, além disso, que este último projeta (estima) um certo perfil social do auditório em que baliza seu discurso de modo a torná-lo não só consistente (técnico), mas também emotivo e passível de credibilidade, o que significa que o auditório já está sempre presente na elaboração do discurso, determinando previamente não só o que vai ou deixará de ser dito ou escrito, mas também como o será.

Ainda, conforme apontado anteriormente, não se trata exclusivamente das representações prévias do orador, como se o auditório, em todo o momento, se perguntasse: “quem é ele para me falar dessa ou daquela forma?”. A maior ou menor confiabilidade que o orador consegue angariar no auditório pode ser estabelecida a partir do próprio discurso – *ethos discursivo*, ou seja, na habilidade do orador em escolher eficazmente a maneira de se apresentar como alguém que domina o saber envolvido na discussão da opinião em causa. Por isso, convém ao orador conhecer minimamente o auditório a quem se dirige a fim de projetar, pelo menos, quais valores são bem vistos e como é possível integrar a nova opinião (geralmente divergente) dentro do conjunto das opiniões que o auditório partilha. Pode-se dizer, assim, que, na conjugação de um *ethos prévio* e, principalmente, de um *ethos discursivo*, constrói-se um discurso

predominantemente representacional, cuja ênfase recai no jogo de imagens que os interlocutores constroem e projetam sobre si mesmo e sobre o outro. Em outras palavras, uma retórica representacional é caracterizada naqueles discursos em que a tese a ser defendida é propriamente a imagem do orador.

### **Orador e auditório: contexto de produção e de recepção, respectivamente**

Refletir sobre o processo da argumentação nos parâmetros aqui estabelecidos poderia gerar a idéia de que o auditório, talvez o maior interessado na persuasão, tenha sido relegado ao esquecimento. Poderia ter ficado a impressão de que, nos termos da concepção clássica de comunicação, lhe caberia o papel de receptor passivo, de quem se espera tão somente “desembrulhar ou decodificar” determinado conteúdo embutido na mensagem. Ou, o que seria pior, reservando-lhe o papel de “vítima” do processo persuasivo, sobre o qual apenas incidiriam as diversas instâncias em que se articula a argumentação. Não é essa, todavia, a compreensão aqui recomendada. Uma retórica mais técnica, mais emotiva ou mais representacional, embora resulte da argumentação predominante, também se dá em função do interlocutor em vista: para determinado público, uma argumentação técnica nem sempre é a mais indicada; para outro, a ênfase no emotivo pode gerar efeitos não pretendidos.

Vale salientar, de acordo com Breton (1999), que o esquema argumentativo consiste em fazer com que determinada opinião, originada no orador, seja partilhada pelos interlocutores, com maior ou menor força de adesão. E, ainda segundo o autor, essa opinião tenciona ser implantada no auditório, que se situa em determinado contexto de recepção: conjunto de crenças e valores que ali se apresentam, ou se estima que estejam. Significa que o orador, previamente, já parte do princípio de que a opinião proposta encontrará resistência, de que não será implantada num “vazio”, uma vez que poderá – e deverá – chocar-se com valores assumidos pelo auditório. Se o discurso apenas reproduzisse o que está em sintonia com o auditório não seria argumentativo; seria demagógico. Além disso, ou por isso mesmo, o orador se preocupa com a retórica de seu discurso no sentido de aproximá-la o mais possível da que o auditório tem condições de assimilar.

Se o auditório (interlocutor) pode ser inserido em determinadas condições de recepção, não se poderia imaginar que o orador fosse único e soberano proprietário de seu discurso, cuja produção resultaria independente de suas crenças e valores. Assim, é importante considerar que o discurso também se processa dentro de determinadas condições de produção: a instituição que o orador, eventualmente, representa, o seu grau de instrução, o conhecimento técnico que domina, as crenças e valores que lhe são caros. Todos esses fatores

interferem na constituição dos sentidos do discurso e abonam, com maior ou menor propriedade, a opinião que defende. Por mais que o discurso permita “mascarar” essas condições de produção, dificilmente o orador consegue desvincular-se de seu perfil sócio-cultural e os argumentos que produz estarão vinculados a essas condições. Revela marcas em que transparece o seu esforço para apresentar-se como alguém digno de confiança, legitimamente assumindo seu papel como sujeito de um discurso que visa angariar a adesão do auditório às opiniões que defende. Quando notada (ou exagerada) essa retórica representacional, o efeito discursivo pode não ser o esperado.

Tem-se, assim, que uma análise retórica de discursos, embasada nos três aspectos que ora se discute – técnicos, emotivos e representacionais –, não pode prescindir de considerar a inserção do discurso e seu respectivo potencial de persuasão não apenas nas condições sociais e culturais em que é recebido, mas também em que se produz. Nesse sentido, para não parecer que o discurso argumentativo se caracteriza como de mão única, isto é, que parte de um orador e se dirige a um auditório, é preciso ter presente que, mesmo não havendo a intervenção física e imediata, do auditório, seus valores sócio-culturais se não determinam, pelo menos referenciam não só o conteúdo dos argumentos, mas também o modo de apresentá-los.

## **Considerações finais**

Uma proposta teórico-metodológica que subsidie a caracterização dos discursos a partir de uma retórica predominante, proveniente de uma argumentação mais técnica, mais emotiva ou mais representacional, pode não ser novidade, até por retomar, em linhas gerais, o que Aristóteles já propunha em sua *Arte Retórica*. Tem, todavia, o mérito de propor uma possível organização teórico-metodológica do processo argumentativo em sua integridade, espelhando sua configuração complexa a partir de distintas motivações, correlacionadas ao objetivo maior do discurso: reforçar ou conquistar a adesão do interlocutor.

Ainda se trata de uma proposta com muitos limites e, portanto, sujeita a reformulações, tanto em seu princípio de unidade tridimensional, quanto na especificidade de cada um dos seus componentes. Mas, da forma como está estruturada, já aponta para possíveis projetos de investigação que se respaldem nos pontos de partida apresentados. Apoiada num princípio geral – a técnica está para a racionalização assim como a emotividade para a sensibilidade e a representação para a confiabilidade –, a alternativa parece apresentar potencial para descrever a configuração retórica de discursos, sem promover cisões na argumentação que, por natureza, e talvez por definição, é multifacetada, ainda

que noções como técnica, emoção e representatividade não estejam claramente estabelecidas. A relação entre essas dimensões argumentativas na retórica do discurso vincula-se à própria natureza do ser humano, simultaneamente constituído de razão, sentimentos e imagens. Assim, deverá pautar qualquer análise que se pretenda consistente.

Parece que a alternativa metodológica – e teórica – de situar o estudo da retórica discursiva em três modos de argumentar que atuam conjunta e integradamente – cada um com sua especificidade –, respalda, pelo menos virtualmente, a possibilidade de analisar discursos a partir destas três dimensões simultaneamente, ou aprofundando um dos seus aspectos. Isso permite caracterizar discursos em que predomina uma retórica ora mais técnica, emotiva ou representacional, sem esfacelar uma realidade – argumentação – que, por princípio, se estabelece no triplo potencial do argumento para promover a adesão.

DITTRICH, I. J. For a rhetoric of discourse: technical, emotional and representational argumentation. *Alfa*, São Paulo, v.52, n.1, p.21-37, 2008.

- *ABSTRACT: The starting point of this paper is that the rhetoric of a discourse results from the complementary and integrated action of arguments from a technical, emotive and representational order. According to the interlocutor and the aims of the discourse, the dominance belongs to one or another. From these principles, it can be said that there are discourses with a more technical, emotive or representational rhetoric, depending on the predominant argumentation. While the technical argumentation rationalizes the discourse, the emotive one gives it sensibility and the representational one, credibility. Thus, an Argumentation Theory should take into account the correlation among these different aspects of the argumentation in its theoretical and methodological principles, especially while analyzing discourses from a rhetorical point of view.*
- *KEYWORDS: Rhetoric; argument; rationalization; emotionality; representation.*

## Referências

ABREU, A. S. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção*. 5. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. 14. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

\_\_\_\_\_. *Tópicos*. São Paulo: Abril, 1973. (Coleção Os Pensadores).

BRETON, P. *A argumentação na comunicação*. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: Edusc, 1999.



BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Tradução feita a partir do francês por Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GUIRAUD, P. *A estilística*. São Paulo: Mestre Jou, 1970.

MOSCA, L. L. S. A teoria perelmaniana e a questão da afetividade. In: OLIVEIRA, E. C. (Org.). *Chaim Perelman: direito, retórica e teoria da argumentação*. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2004.

PAREYSON, L. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

PARRET, H. *A estética da comunicação: para além da pragmática*. Tradução de Roberta Pires de Oliveira. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução de Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PLANTIN, C. *L'argumentation*. Paris: Presses Universitaires de France, 2005.

REBOUL, O. *Introdução à retórica*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ROHDEN, L. *O poder da linguagem: a arte retórica de Aristóteles*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. 4. ed. São Paulo: Ed. da UNB. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

Recebido em outubro de 2007

Aprovado em janeiro de 2008