



ESTABELECENDO A PONTE: UMA VISÃO BAKHTINIANA DE ARGUMENTAÇÃO

Jackeline Lima Farbiarz

Doutora em Educação e Linguagem – USP

Professora do Departamento de Letras da PUC-Rio

(...) o ato de argumentar, isto é, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato lingüístico fundamental, pois todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia na acepção mais ampla do termo.

Ingedore Koch

Ao longo de minha inserção como professora da disciplina Comunicação e Expressão II¹, que trata essencialmente do texto argumentativo, eu coletei diversas definições de argumentação em autores consagrados. Na busca, procurei privilegiar tanto o clássico Aristóteles quanto especialistas como Koch², Citelli³, Abreu⁴ e Halliday⁵ e constatei que independente das definições e/ou práticas retóricas expostas pelos autores, a Retórica, enquanto método, enquanto caminho para se chegar à persuasão, ora valorizava o emissor e ora valorizava o receptor. Contudo, o que pude perceber foi que a despeito do foco, permanecia o sentimento de vazio do discurso em muitas situações. Assim, pretendo traçar um breve panorama da Retórica e propor uma metodologia em que uma concepção dialógica e, conseqüentemente, ética da retórica seja privilegiada.

Logo de início pude perceber que os autores citados anteriormente aproximavam o que entendemos hoje por argumentação, ou mais especificamente, por nova retórica, da retórica clássica, como ponto de partida para o estudo do texto argumentativo. Assim, a despeito das especificidades encontradas em cada elaboração, quando os autores buscavam as origens do

¹ Disciplina oferecida pela cadeira Comunicação e Expressão, do Departamento de Letras da PUC-Rio, aos alunos do Departamento de Comunicação Social da referida universidade.

² KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e linguagem*. São Paulo, Editora Cortez, 1984

³ CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo, Editora Ática, 1997.

⁴ ABREU, Antonio Suárez. *A arte de argumentar*. São Paulo, Ateliê Editorial, 1999.

⁵ HALLIDAY, Thereza Lucia. *O que é retórica*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Editora Brasilense, 1999.

texto argumentativo, inseriam-no na sociedade grega, alegando ser esta a primeira referência a um Estado de base democrática.

Portanto, logo de início, o então texto retórico ganhava o cunho de democrático. Halliday⁶, por exemplo, justificava o posicionamento:

Quando um país funciona como uma democracia, a prática da retórica permite a coexistência de várias definições da realidade. Você ouve propostas e decide se lhes convêm ou não. Você pode defender seus interesses, concordando, discordando e expressando a sua versão da realidade. Em um país não democrático, seus interesses são determinados por quem estiver no poder. Uma única definição da realidade lhe é imposta, uma retórica oficial prevalece, classificando outras maneiras de pensar como, crime pecado, subversão ou doença mental.

Parte integrante de um contexto democrático, a retórica era inclusive estudada em disciplinas específicas nas escolas gregas. Contudo, diferente da forma como entendemos o texto argumentativo hoje em dia, quando ele era utilizado na Grécia antiga, Citelli⁷ esclarece que a maior preocupação centrava-se na busca por uma fala convincente e elegante que foi perdendo seu viés lógico e “*transformando-se em mero sinônimo de recursos embelezadores do discurso, ganhando até um certo tom pejorativo*”.

Citelli enfatiza o raciocínio, ressaltando que nos séculos XVIII e XIX, por exemplo, período muito mais acessível às nossas mentes do que os anos 300 a. c. período em que viveu Aristóteles, a retórica perdeu completamente a sua herança de método compositivo e passou a se preocupar apenas em encontrar o melhor “enfeite”.

Daí o tom pejorativo, o torcer de nariz que observamos, a cada vez que alguém fala que determinada pessoa está sendo retórica ou que certo texto é retórico. Nesse universo parece claro que retórica e ética foram dois signos que, pelo menos naqueles tempos, não se preocupavam em seguir juntos. Assim, se era verdade, não se tinha certeza, mas se era bom, bonito e substancialmente bem elaborado, era verossímil, logo passível de ser verdade.

É o próprio Aristóteles⁸ quem esclarece:

⁶ HALLIDAY, Thereza Lucia. *O que é retórica*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Editora Brasilense, 1999, p. 13.

⁷ CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo, Editora Ática, 1997, p. 8.

⁸ ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro, Edições de Ouro, s/d. p. 34.

Assentemos que a Retórica é a faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar a persuasão. Nenhuma outra arte possui esta função, porque as demais artes têm, sobre o objeto que lhes é próprio, a possibilidade de instruir e de persuadir; por exemplo, a medicina, sobre o que interessa à saúde e à doença; a geometria, sobre as variações das grandezas; a aritmética, sobre o número, e o mesmo acontece com as outras artes e ciências. Mas a Retórica parece ser capaz de, por assim dizer, no concernente a uma dada questão, descobrir o que é próprio para persuadir.

Halliday sintetiza a questão deixando-nos perceber que o foco da retórica estava no emissor. Era ele quem escolhia os instrumentos a serem usados para a persuasão do receptor. O poder do discurso estava com ele. Tudo partia dele e retornava a ele. Em suma, centrava-se nele a credibilidade do discurso. Os sofistas Quintiliano, Górgias e Demóstenes, por exemplo, transformaram-se em celebridades na construção de retóricas.

Hoje o enfoque mudou. Há uma espécie de consenso na idéia de que o foco está no receptor. Figuras de linguagem assumem papel de destaque nas elaborações da nova retórica e é Halliday⁹ quem, mais uma vez, sintetiza:

A ênfase da retórica na Antiguidade era posta no comunicador – o orador, o defensor de uma causa, o queixoso apresentando seu caso. Daí a importância do treinamento para bem elaborar e apresentar uma mensagem em público. A ênfase do que se chama na Atualidade de “nova retórica” é posta no receptor da mensagem comumente chamado “público”, ou “audiência” – o leitor, o ouvinte, o telespectador. Daí a importância de conhecê-lo para empregar os materiais da construção retórica adequados a cada situação, usando linguagem que ele entenda e apresentando razões que ele necessite.

Se, antes, o foco estava no emissor e, hoje, o foco centra-se no receptor, não se pode afirmar, contudo, que há uma ruptura entre retórica e nova retórica. Na verdade, é viável estabelecermos uma relação entre ambas, se considerarmos que se mantêm como pré-condição para a retórica contemporânea, ou nova retórica, a identificação do receptor com o emissor e com sua proposta. Nesse sentido, a credibilidade da elaboração retórica, fornecida pelo emissor, se estabelece como o elemento de ligação.

As considerações anteriores levam-me a pensar que, no esquema de comunicação, ao falarmos de retórica ou de nova retórica, uma das partes, ora o emissor ora o receptor, sempre

⁹ HALLIDAY, Thereza Lucia. *O que é retórica*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Editora Brasilense, 1999, p. 68.



esteve sobrecarregada na relação. Até por isso o seguinte pensamento de Platão¹⁰ acerca da retórica clássica parece justificado: “*A Retórica é ignóbil e má; é um engano da alma com aparência de justiça. Serve ao prazer da alma, não a sua bondade; induz à crença sem conhecimento*”. Justifico minha afirmativa, partindo das seguintes inferências:

- se concebermos o emissor como detentor integral do poder do discurso, como aquele que elege as ferramentas ideais para a persuasão;
- se o entendermos como aquele que elabora retóricas que visem modificar o pensamento dos receptores a partir da persuasão;
- se virmos o emissor como aquele que para atingir seu objetivo não está interessado na verdade, mas sim na verossimilhança.

Assim, tomando por base os pressupostos anteriores, parece-me certo que o pensamento de Platão ganharia força, uma vez que retórica e ética não necessariamente andariam de mãos dadas.

Ainda, se pensarmos nas mensagens subliminares presentes na Propaganda, por exemplo, nos dias de hoje, a despeito das intervenções do CONAR (Conselho Nacional de Auto Regulamentação), a visão de Platão se manteria atual. Também se parássemos para avaliar a qualidade das propagandas políticas veiculadas diariamente, veríamos o quão pouco das propostas são expostas e o quanto do que se acredita que o receptor deseja ouvir é exaustivamente apresentado aos seus ouvidos.

Neste sentido, dois pensamentos entrariam em cena, fortalecendo o que já havia sido antecipado por Platão. Inicialmente, teríamos o ponto de vista de Doob e Brow¹¹: “*A persuasão é uma tentativa de enganar a audiência; funciona como um ingrediente essencial de toda propaganda*”. E, finalmente, somaríamos o posicionamento de Bucci¹² quando, após analisar as propagandas políticas atuais, o autor constata o poder das pesquisas qualitativas, ou seja, o poder de se atender ao desejo do eleitor nas propagandas. Assim, segundo o autor, os responsáveis pelas campanhas dedicam um tempo enorme a descobrir, através destas pesquisas, os anseios, as necessidades e os desejos do eleitorado. De posse das respostas, já no dia seguinte, eles veiculam propagandas nas quais estes sonhos se tornariam realidade.

¹⁰ O pensamento de Platão encontra-se em KINNEAVY, J. *A Theory of Discourse*. New York, W. W. Norton & Company, 1980.

¹¹ O pensamento de Dobb e Brown encontra-se em KINNEAVY, J. *A Theory of Discourse*. New York, W. W. Norton & Company, 1980.



Saem de cena as plataformas políticas, as propostas e entram em cena falas direcionadas à conquista de votos. Para Bucci o que fica é o sentimento de vazio, de perda de foco, de impossibilidade de se conhecer as propostas sob um discurso que quer antes persuadir o outro, independente das verdades que possa possuir.

Sem dúvida, a ênfase em cada uma das pontas do esquema de comunicação não necessariamente levaria à elaboração de retóricas que desconsiderassem a ética. Contudo, a tentativa desesperada de manter uma credibilidade constituída no somatório “método-enfeite” assim como a busca desenfreada pela aquiescência do receptor poderia (como muitas vezes pode) induzir a esse tipo de elaboração.

Caberia então perguntar: não seria a hora de pensarmos na construção de textos argumentativos calcados em princípios construtivos e de, então, considerarmos uma abordagem dialógica de argumentação?

É nesse sentido que o ditado popular “dois bicudos não se beijam” poderia perfeitamente ilustrar a definição de argumentação que pretendo valorizar neste artigo. Compactuo com a visão de Burke¹³ na qual a retórica significa: levar a um estado de identificação, para solucionar a discordância, uma vez que o discurso existe em contextos discordantes.

É nessa perspectiva que sempre que falo de argumentação me vem à cabeça cenas de casais brigando, que logo... logo se reconciliam; cenas de filhos tentando garantir uma mesada melhor, ou seja, maior, junto a seus pais, na certeza de que estes, no máximo ficarão zangados, mas que a pendenga não será irreconciliável; cenas de alunos buscando um “pontinho” a mais naquela apresentação oral, contando de antemão com o senso comum de que, só por terem ido argumentar, já vão merecer um olhar positivo por parte do professor.

Partindo dos exemplos anteriores, tomo a liberdade de reescrever o ditado popular acrescentando: “É verdade: dois bicudos não se beijam mas, pelo menos para construírem o bico, se olham”. E é aí, justamente no instante em que se olham, que se completa a pré-condição para a prática da argumentação. Assim, é preciso que um consiga que o outro deixe pelo menos uma brecha, para olhar, ouvir, ver e, então, perceber.

¹² BUCCI, Eugenio. In: *Jornal do Brasil*, Caderno B, Rio de Janeiro, 29 ago. 2002.

¹³ O pensamento de Burke encontra-se em KINNEAVY, J. *A Theory of Discourse*. New York, W. W. Norton & Company, 1980.

Logo me vem a cabeça a hipótese que diz ser o vinho a bebida mais perfeita do mundo. Os adeptos da teoria reforçam que é possível comprovar este ponto de vista se considerarmos que o vinho nos leva a utilizar nossos cinco sentidos físicos. Usamos o paladar, ao provarmos o vinho; o olfato, ao cheirmos seu buquê; o tato, ao sentirmos seu “corpo” na nossa boca; a visão, ao movimentar a taça para analisar sua coloração e, finalmente, a audição quando brindamos com as taças e fazemos o “tim-tim”. Enfim, nós preparamos um clima, colocamos conscientemente nossos sentidos em alerta e iniciamos a sedução. Quantos namoros não começaram assim? Quantas noites de núpcias não foram regadas a champagne?

O mesmo ocorre com a argumentação. Para que ela seja bem sucedida é preciso que nos preocupemos com o outro, é preciso que recuperemos a nossa capacidade de olhar e de envolver. É necessário desenvolvermos nossos sentidos e encontrarmos formas de nos sintonizarmos com os sentidos do outro. Em suma, é preciso estabelecermos a identificação. Nessa perspectiva, sigo Halliday¹⁴ em sua idéia de ser a retórica um “casamento de interesses” entre as partes, ou seja, em sua visão de a retórica ajudar a celebrar o casamento de interesses entre influenciador-influenciado.

Mas, essencialmente, penso em Bakhtin¹⁵ e em duas de suas afirmativas. Na primeira, ele coloca que uma palavra é uma ponte estendida entre o eu e o outro, ressaltando que o eu só se dá forma verbal a partir do outro e da comunidade a que pertence. Na segunda, ele enfatiza que, em uma interação verbal, não utilizamos palavras restritas ao sentido do dicionário, mas sim verdades e mentiras. Diante de uma postura tanto dialógica quanto ideológica de linguagem, considero que a visão bakhtiniana nos ajuda a concretizar o “como” argumentar.

Esclareço meu posicionamento. Primeiro, eu penso na utilização do signo “ponte”. Retomo duas de suas definições “*construção sobre o curso de água que permite a passagem de uma margem à outra*” e “*contato entre pessoas*”. E concluo ser fundamental, para o desenvolvimento de uma argumentação, o estabelecimento da relação. Assim, é imprescindível que seja efetuado o contato entre os interlocutores, ou seja, é preciso que se crie o “clima”, como diriam meus alunos, que se desenvolva um cenário propício para a sedução. Em suma, é preciso “estender a ponte”, usando a terminologia bakhtiniana. Segundo,

¹⁴ HALLIDAY, Thereza Lucia. *O que é retórica*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Editora Brasilense, 1999, p. 11.

¹⁵ BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Editora Hucitech, 1978.

eu tenho em mente a idéia de só ser possível para o “eu” fazer sentido, isto é, “se dar forma verbal”, ao “partir do outro e da comunidade a que pertence”. Lembro da visão bakhtiniana de que o “outro” nos vê melhor do que nós mesmos, uma vez que lhe é possível ver o que está às nossas costas. E, finalmente, considero que não somos tabulas rasas, não somos seres estanques, somos parte integrante de um lugar que constituímos a cada instante, mas também que nos constitui.

Vejamos dois exemplos. Primeiro, quando nascemos, nossos pais decidem, a priori, o tipo de roupa que levarão para a maternidade. Eles podem optar por uma vestimenta de lã ou por uma de malha. Se optarem por malha, eles podem considerar a hipótese de termos alergia à lã, o que saberemos apenas, quando ao crescermos, nos rebelarmos quanto a um possível “cuidado excessivo” e vestirmos uma blusa de lã. Segundo, mantendo a mesma temática, nossos pais podem optar por nos ter na banheira da casa deles, justificando que um parto na água é muito mais natural e, ainda, que nos protegeria de uma possível infecção hospitalar. Seja como for, decisões a nosso respeito são tomadas a priori, mas fazem necessariamente parte de nós, enfim, nos constituem enquanto sujeitos. Contudo, a opção por usarmos ou, até mesmo, por nunca usarmos roupa de lã, a opção por termos nossos filhos em banheiras ou em maternidades faz com que nós somemos valor, com que nós participemos, deixando nossa marca, posicionando-nos no universo, constituindo a relação.

Assim, ao estender a ponte entre os interlocutores, Bakhtin deixa claro que o discurso é ideológico. O eu está ligado a uma comunidade, ele é parte dela, ele fala a sua voz a partir da voz dela, portanto, o eu não é neutro. Assim, ter condições de criar um “clima” favorável à argumentação, é perceber que o outro vê o que está nas nossas costas, nos dois sentidos, ou seja, ele tanto vê aquilo que não é acessível ao nosso olhar, quanto tem condições de perceber a bagagem (cultural, ideológica...) que carregamos.

Mas, se o outro tem esse poder sobre nós na prática da relação dialógica, não se pode esquecer que nós também temos esse poder sobre ele. Justifico esta afirmativa, ressaltando que o outro também faz parte de uma comunidade, também fala a sua voz a partir da voz dela e também está impossibilitado de ver suas próprias costas.

Considerando que as bagagens que os interlocutores (eu/outro) carregam denunciam suas inserções, seus enfoques e seus focos, retomo então à fala bakhtiniana na qual o que se



profere em uma interação verbal são verdades e mentiras e não palavras em estado de dicionário. Somo a esta fala o seguinte pensamento de Konder¹⁶:

Em sua gênese, em seu emprego, as palavras põem a nu os valores das sociedades que as criam e veiculam, e proporcionam elementos significativos para a discussão em torno do que tais valores têm de universal e de restritamente particular.

Logo, se tomo por base ser preciso recuperar a capacidade de olhar e de envolver; ser indispensável desenvolver os sentidos e encontrar meios de entrar em sintonia com os sentidos do outro, de estabelecer a identificação, concluo que os autores nos auxiliam a fazermos pelo menos quatro perguntas, dentre tantas outras, antes de iniciarmos qualquer argumentação: Quais são as nossas verdades? Quais são as verdades do outro? Como nos constituímos a partir de nossa comunidade? Como é constituído o outro a partir de sua comunidade?

Neste momento caberia perguntar como distinguir o essencial do supérfluo; caberia indagar o que temos de relevante para o outro e vice-versa. Que verdades nossas são indispensáveis? Que verdades do outro facilitaríamos a nossa argumentação? O que o outro traz da comunidade a que pertence que nos auxilia? O que trazemos de nossa comunidade que propicia uma argumentação mais eficiente?

As respostas são muitas, e os caminhos para o encontro diversos. Contudo, escolho concentrar-me na biologia e no funcionamento do cérebro humano. Por esse viés a explicação me parece mais simples. Nosso cérebro é dotado de lado direito e lado esquerdo. Em um dos lados, são privilegiados os componentes racionais e, no outro lado, são valorizados os componentes emocionais. Logo, para uma argumentação eficiente, seria necessário que conseguíssemos dialogar com os dois lados que compõem o cérebro humano. Ou seja, seria preciso encontrar justificativas tanto emocionais quanto racionais, sob pena de falarmos com uma das partes, mas deixarmos a outra parte livre para novas, diversas e, sobretudo, diferentes divagações que, possivelmente, propiciariam o surgimento de enfoques conflitantes. Assim, seria produtora refazermos as perguntas formuladas no parágrafo anterior, especificando: Dos pontos de vista racional e emocional: Que verdades nossas são indispensáveis? Que verdades do outro facilitaríamos a nossa argumentação? O que o outro traz da comunidade a que

¹⁶ KONDER, Leandro. O outro esse alienígena. In: *Jornal O Globo*, Rio de Janeiro, 25 ago. 1996.



pertence que nos auxilia? O que trazemos de nossa comunidade que propicia uma argumentação mais eficiente?

E, ao especificarmos, fatalmente voltáremos a Aristóteles¹⁷ e a seu tratado acerca da Arte Retórica. Conseqüentemente, mesmo cientes de que ele não foi o precursor da retórica, é inegável constatarmos que ele foi o seu sistematizador. Assim, divergindo de Platão, que considerava a retórica como ignóbil e má, como mencionei anteriormente, Aristóteles¹⁸ logo deixa claro que “(...) *a persuasão é amoral. As técnicas de persuasão não são boas nem más, pois funcionam apenas como instrumentos; a maneira de utilizá-las é que pode se tornar boa ou má*”.

Do posicionamento analítico de Aristóteles destaco sua ênfase na necessidade de se apresentar três argumentos básicos para a elaboração de uma retórica eficiente: os argumentos éticos, aqueles que dessem credibilidade ao discurso; os argumentos lógicos, aqueles que trouxessem componentes concretos ao discurso, ou seja, elementos de fundamentação lógica; e os argumentos patéticos ou emocionais, isto é, aqueles que partissem de experiências cotidianas, do dia-a-dia, da realidade próxima dos sujeitos envolvidos na prática discursiva.

Na apresentação dos três argumentos parece-me que Aristóteles antecipa um entendimento do cérebro humano que mais tarde vai ser desenvolvido pela ciência. Com isso, atualizando Aristóteles, seria possível inferirmos que ele está nos dizendo ser necessário dialogar com o lado esquerdo e com o lado direito do cérebro, sob pena de nossa elaboração retórica falhar. Logo, seria necessário encontrarmos aquela fundamentação lógica, aquele apelo emocional, aquela fala de credibilidade que derrubaria a argumentação do outro, que colocaria o outro em conflito com suas crenças e com seus valores, com a comunidade a que pertence. Mas, sobretudo, seria necessário que encontrássemos aqueles argumentos que por identificação alcançassem a transformação.

Ainda hoje, a base da argumentação parte dos conceitos fundamentados por Aristóteles. Peguemos, por exemplo, a seguinte definição de Abreu¹⁹:

¹⁷ ARISTÓTELES. *Arte Retórica e arte poética*. São Paulo Edições de Ouro, s/d.

¹⁸ O pensamento de Aristóteles encontra-se em KINNEAVY, J. *A Theory of Discourse*. New York, W. W. Norton & Company, 1980.

¹⁹ ABREU, Antonio Soares. *A arte de argumentar*. São Paulo, Ateliê Editorial, 1999, p. 25.



Argumentar é a arte de convencer e persuadir. CONVENCER é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Etimologicamente significa VENCER JUNTO COM O OUTRO (com + vencer) e não contra o outro. PERSUADIR é saber gerenciar relação, é falar a emoção do outro. A origem dessa palavra está ligada à preposição PER, ‘por meio de’, e a SUADA, deusa romana da persuasão. Significa ‘fazer algo por meio de auxílio divino’.

Esta declaração, proveniente dos anos 90, reforça o diálogo com o lado direito e esquerdo do cérebro e a visão aristotélica acerca da necessidade de apresentação de argumentos éticos, lógicos e patéticos ao longo de uma argumentação.

Ora, mas se venho falando da necessidade de olhar o outro, de casar os interesses entre os interlocutores, de entender o funcionamento do cérebro humano, de atender às expectativas do interlocutor a partir da apresentação dos argumentos propostos por Aristóteles, não deixo, contudo, de falar na necessidade de conhecermos a nós mesmos, nossas crenças, nossos juízos, nossos valores e, talvez, principalmente, nossos limites, sob pena de comprometermos nossa credibilidade ao longo de uma argumentação.

Assim, recorrendo, desta vez, a um lema, me vem imediatamente à cabeça o “faça amor não faça a guerra”. Em meu ponto de vista, o referido lema caracterizaria a essência da argumentação como a entendemos nos dias de hoje. Acredito que, se um de meus alunos me indagasse sobre como fazer uma argumentação, eu poderia perfeitamente responder: “faça amor, não faça a guerra”, ou seja, respeite o outro, respeite a si mesmo, estabeleça a relação. Para me sentir confortável com minha resposta, buscaria definir as solicitações de ações que compõem o lema. Exemplifico: é fato que para fazer amor são necessários dois sujeitos abertos para a relação. Sujeitos estes com suas bagagens em convergência, casando interesses. A medida em que a estes sujeitos é exigido que rejeitem a guerra, podemos pressupor a presença de interlocutores que se solidarizariam com as exigências solicitadas. Logo, seria possível acreditarmos na presença de interlocutores engajados na comunidade a que pertencem, conhecedores de seus valores, seus objetivos, suas crenças e com focos determinados. Enfim, interlocutores com bagagem ou sujeitos constituintes da sociedade a que pertencem, uma vez que poderiam optar por não fazer amor, e sim fazer a guerra; mas, simultaneamente constituídos por esta mesma comunidade, uma vez que eles estariam inseridos em uma comunidade, que, no exemplo específico, convivia com a realidade da



guerra do Vietnã e, portanto, teriam suas bagagens recheadas com a realidade desta mesma guerra.

Assim, diferente da definição do senso comum de ser a argumentação a capacidade de vencer alguém, de forçar este alguém a se submeter à vontade do influenciador, eu distancio argumentação de um conceito que acredito estar mais próximo de uma das possíveis definições de “guerra”, a saber: hostilidade franca e aberta. Na verdade, compactuo, uma vez mais com Abreu²⁰ quando ele ressalta que em uma argumentação o signo empatia tem papel fundamental.

É preciso desenvolver a capacidade da audiência empática. PATHOS, em grego, além de enfermidade, significa SENTIMENTO. EM, preposição, significa DENTRO DE. Ouvir com empatia quer dizer, pois, ouvir *dentro do* sentimento do outro.

Se eu venho destacando a importância do olhar na construção de uma argumentação, na citação anterior é privilegiada a importância de ouvir. Visão e audição, dois de nossos sentidos físicos aos quais poderia agregar, sem nenhum constrangimento, tato, paladar e olfato, na comunhão de esforços que nos levassem a vencer junto com o outro, ou seja, a argumentar.

É sob este prisma que eu considero indispensável agregar duas perguntas às anteriormente formuladas neste artigo: O que eu tenho a ganhar com a argumentação? O que o outro tem a ganhar com a argumentação? Em suma, somente quando os dois bicudos perceberem que poderão agregar valores, agregar conceitos, agregar conhecimento aos seus pressupostos estanques, será possível o encontro de olhares, a sintonia no ouvir... o casamento dos interesses, o texto ético, enfim, a argumentação.

Passo a finalizar o meu texto lembrando Fernando Pessoa²¹ e partilhando o que considero um valioso ensinamento:

A única maneira de teres sensações novas é construíres uma alma nova. Baldado esforço o teu se queres sentir outras coisas sem sentires de outra maneira, e sentires de outra maneira sem mudardes de alma. Porque as coisas são como nós a sentimos – há quanto tempos sabes tu isto sem o saberes? – e o único modo de haver coisas novas, de sentir coisas novas é haver novidade no senti-las.

²⁰ ABREU, Antonio Soares. *A arte de argumentar*. São Paulo, Ateliê Editorial, 1999, p. 39.

²¹ PESSOA, Fernando. *Livro do Desassossego*. Vol. I, Lisboa, Presença, 1990, p. 94.



Foco no emissor; foco no receptor. Não seria a hora de pensarmos nos envolvidos no processo de comunicação como interlocutores? Não seria a hora de percebermos que o vazio da retórica calcada no emissor, do século XIX, não foi preenchido pela mudança de enfoque? Não seria a hora de percebermos que o foco no receptor também está nos trazendo uma sensação de vazio? Tantos políticos, tantos discursos, tanto vazio. Será que o pensamento de Bucci é mera especulação? Parece-me que não. Quem sabe se estendêssemos a ponte, se olhássemos uns aos outros, como propõe Bakhtin, a retórica democrática de que fala Halliday realmente ganhasse a cena. Talvez assim a discussão entre a retórica ética de Platão e a retórica analítica de Aristóteles perdesse o caráter de fundamental e, então, nós poderíamos considerar que a retórica contribuiria, ou melhor, acrescentaria elementos para as escolhas e opções que caracterizam o viver da humanidade.



Referências Bibliográficas

- ABREU, Antonio Suárez. *A arte de argumentar*. São Paulo, Ateliê Editorial, 1999.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro, Edições de Ouro, s/d.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Editora Hucitech, 1978.
- BUCCI, Eugenio. In: *Jornal do Brasil*, Caderno B, Rio de Janeiro, 29 ago. 2002.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo, Editora Ática, 1997.
- HALLIDAY, Thereza Lucia. *O que é retórica*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Editora Brasilense, 1999.
- KINNEAVY, J. *A Theory of Discourse*. New York, W. W. Norton & Company, 1980.
- KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e linguagem*. São Paulo, Editora Cortez, 1984.
- KONDER, Leandro. O outro esse alienígena. In: *Jornal O Globo*, Rio de Janeiro, 25 ago. 1996.
- PESSOA, Fernando. *Livro do Desassossego*. Vol. I, Lisboa, Presença, 1990.
- KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e linguagem*. São Paulo, Editora Cortez, 1984.