

RETÓRICA, COMUNICAÇÃO E CONVENCIMENTO

Maria de Fátima Machado Dewes

Nesse trabalho, vamos abordar a arte da comunicação e do convencimento - a maneira "como os homens esclarecem ou enganam uns aos outros" (LAGE, 1997). Tomamos com verdade o que Perelman (1997, p. 57) propõe, em seu livro *Retóricas*: "O homem não é um ser lógico, mas um ser de sugestão".

O objeto da retórica é o estudo dos meios de argumentação não pertencentes à lógica formal, que permitem obter ou aumentar a adesão de outrem às teses que se propõem ao seu assentimento. A retórica seria diferente da lógica pelo fato de se ocupar não com a verdade abstrata, categórica ou hipotética, mas com a adesão.

Mas, antes de falar da retórica propriamente dita, torna-se necessário tratar, ainda que superficialmente, dos meios através dos quais produzimos ou entendemos o conhecimento, revelando as estratégias comunicativas que regulam nossa forma de interpretar diferentes enunciados.

A linguagem não é um espelho da realidade do mundo. Ao contrário, "o raciocinar não é determinado por sua relação com o real, mas pela intermediação do conceito de um ser racional como raciocinador" (PARRET, 1988, p. 24). A nossa visão do mundo é regulada por sistemas cognitivos e interativos que filtram a realidade para que essa se adapte a nossos conceitos mentais; em outras

palavras, vemos a realidade segundo nossos modelos conceituais. Não há linguagem independente da intermediação do ser humano.

De acordo com Wittgenstein, citado por Moreno (1995), as regras da língua são processos simbólicos situados num contexto específico e que servem de instrumento para a interação. É necessário salientar o caráter contratual da comunicação através da linguagem, as diferentes funções discursivas, bem como as estratégias comunicativas que permitem inferir significados a partir de atos de enunciação.

Uma abordagem pragmática atual, como a desenvolvida por Sperber & Wilson (1994), situa a inferência e a relevância como pré-requisitos indispensáveis à construção do significado e à possibilidade da comunicação. Nessa perspectiva, a comunicação está baseada em dois processos básicos: a decodificação e a inferência. O código verbal ou escrito serve de *input* para a inferência, com a qual se obtém informação relevante em dado momento e lugar. A inferência é, pois, justamente a atribuição de significado ao código através de raciocínios lógicos, tais como a indução e a dedução.

Os processos de inferência comunicativa são semelhantes aos processos de inferência lógica; porém, no raciocínio comunicativo, ao contrário dos raciocínios lógicos, formais ou científicos, o tempo é limitado. Os ouvintes-falantes não têm, freqüentemente, possibilidade de formular as várias hipóteses possíveis na interpretação de um enunciado. Vão guiar-se pelo princípio da relevância para inferir rapidamente o significado compatível com o contexto e a situação apresentada. Dessa forma, importante pode ser não apenas decodificar uma mensagem (embora isso seja necessário), mas reconhecer a intenção de quem quis comunicar-se.

A informação é possível por razões específicas - uma delas a similaridade dos processos cognitivos de todos os seres humanos.

Entre os mecanismos humanos, figuram os que conceituam e categorizam com base em semelhanças e diferenças. Outro fator que viabiliza a comunicação é o processamento de estratégias comunicativas comuns aos membros de uma comunidade. Como propõe Wittgenstein, de acordo com Pears (1973), as regras não agem à distância: são familiares e comuns (praticadas numa dada comunidade), regulares e sempre as mesmas.

Parret (1988) afirma que a dependência de estratégias (*strategy boundness*) e o próprio fato de seguir estratégias nos permitem desempenhar inferências práticas que resultam em ou modificam relações intersubjetivas. Através da política, as estratégias são racionalizadas e se relacionam com a comunidade.

Para o sociólogo Norbert Elias (1990), a conversa, que é uma forma aparentemente simples de relação humana, pode servir de ponto de partida para o estudo das mais variadas e complexas formas de relações sociais e políticas. Segundo esse raciocínio, a característica especial desse tipo de processo, é que, no decorrer dele, cada um dos interlocutores forma idéias que não existiam antes ou leva adiante idéias que já estavam presentes. A direção e a ordem seguidas por essa formação e transformação das idéias não são explicáveis unicamente pela estrutura de um ou outro parceiro, e sim pela relação entre os dois. Segundo esse autor, é justamente esse fato de as pessoas mudarem, em relação umas às outras e através de sua relação mútua, o que caracteriza não só a comunicação, mas todo o processo interativo e contratual que torna o ser humano essencialmente social e faz da linguagem o *locus* da possibilidade mesma das relações intersubjetivas.

Fazendo uma síntese das idéias de Sperber & Wilson (1994):
(1) A comunicação se dá através da inferência das intenções de quem fala; cria um contexto no qual os efeitos são sentidos por aqueles que estão envolvidos no processo;

(2) Não se trata apenas de pensamento codificado por um emissor e decodificado, de igual forma, pelo receptor. Há uma zona de instabilidade entre o pensamento do emissor e o do receptor que deve ser solucionada através de inferência e a partir de dados do contexto;

(3) Assim, a comunicação é vista como um processo que não requer precisão absoluta e que pode conter ambigüidades. O que é ambíguo, na prática, é aquilo que, depois de submetido a inferência, continua ambíguo. A ambigüidade que se elimina por inferência a partir do contexto não é considerada relevante para a comunicação.

As formas com as quais representamos o conhecimento refletem um nível de organização da realidade através de esquemas. Tendemos a representar, internamente, situações por intermédio de cenários. Dentro do cenário, as coisas ganham sentido, lógica e coerência. O cenário apresenta-se como pano de fundo para a compreensão e a inferência.

Na ótica de Sperber & Wilson, a compreensão é perspectiva, busca de um contexto que tornará a interpretação possível. Cada expressão do contexto cria novas possibilidades de derivar implicações contextuais. As implicações sempre são feitas de acordo com o princípio da relevância.

Vamos inferir o que é relevante dentro daquele contexto e que se adequa ao cenário dado. Uma frase ambígua como "Comprei o *Jornal do Brasil*" será identificada com a sua interpretação relevante para o contexto em que se encontra (o interlocutor inferirá que não devo ter condições de comprar a empresa editora e que certamente me refiro a um exemplar do jornal). Há, portanto, vinculação entre os esquemas cognitivos, o conhecimento pragmático e a representação dos discursos. Discursos, textos, jornais, etc., são

organizados de acordo com nossos esquemas mentais. Escreve Cabral (1991, p. 67):

No jornal, nas listas telefônicas, há todo um sistema de classificação em seções, títulos, subtítulos que podem sugerir metaforicamente como os marcos, roteiros, ou esquemas são estruturados na memória, permitindo o acesso rápido.

O discurso político está inserido numa situação pragmática diferenciada, principalmente em relação à conversa, tal como foi definida anteriormente por Elias. Nele uma pessoa fala a várias outras em uma instância de poder. A contra-argumentação não é, nessas condições, o mais importante e pode nem sequer existir. O discurso político procura construir relevância com base em princípios gerais de entendimento. Na maioria das vezes, o próprio discurso é criador de relevância. Supõe-se que, se alguém possuidor de reconhecimento está se dirigindo ao público usando o código verbal ou escrito, é porque tem assunto relevante o suficiente para que lhe seja concedida atenção:

A fala de uma autoridade reconhecida é comportamento ostensivo e, portanto, suficiente para que se verifique intenção comunicativa e se atribua a ela significado. (SPERBER & WILSON, 1994, p. 156).

O discurso político tende a adequar-se aos padrões de representação de uma comunidade, organizando-se de forma lógica ou aparentemente lógica, com o emprego de deduções, induções ou falácias de persuasão. Vai apresentar-se como contendo, nele mesmo, o próprio contexto ou cenário. Recorrerá a expressões ambíguas, deixando que cada um as entenda de acordo com sua *esquemata* e conhecimento de mundo. Fará uso de efeitos estéticos

que propiciam a adesão, abusando das figuras de linguagem.

Construído com o intuito de convencer, ele vai apresentar características específicas, desde a organização de tópicos até a escolha dos itens lexicais. São traços que aparecem tanto na macro quanto na microestrutura do texto. A persuasão, aí, admite situação contra-argumental (terá conteúdo persuasivo de pretensão lógica), apenas quando se destina à público seletivo e restrito; quanto maior e mais disperso o público, maior será o conteúdo impressionista, a forma exuberante e o convencimento retórico.

O discurso político abusa de palavras ou expressões imprecisas que propiciam acionar várias entradas lexicais e, daí, interpretações. Os enunciados vagos beneficiam-se da diferença existente entre o que é relevante para diferentes grupos sociais ou até mesmo ideológicos.

Vejamos, por exemplo, a expressão "justiça social". Para um operário ou funcionário público, "justiça social" representa a maior possibilidade de ascender socialmente, ganhar um salário digno ou ser promovido de posto. Para uma pessoa com cargo de liderança, pertencente à classe social privilegiada e que se sinta ameaçada pela inquietude social, poderá significar um controle maior da criminalidade urbana. Para um faminto, "justiça social" pode ser uma refeição.

As palavras são tendenciosas e sugerem associações enciclopédicas. Citando Racciah (1986, p. 86):

Em toda linguagem, algumas, se não todas as palavras compilam fragmentos da história das crenças e suposições compartilhadas pela sociedade que usa essa linguagem. Cada sistema lingüístico pode, portanto, ser visto como uma espécie de biblioteca dos conhecimentos compartilhados que permitem argumentações.

Dentro dessa mesma visão, para Waltzer, argumentar nada mais é do que apelar para significados comuns (WALTZER, 1992). Diferentes itens lexicais sugerem atitudes boas ou más, preservando, assim, valores ideológicos. Segundo Lage (1997), se não fosse assim, seria o mesmo chamar Fidel Castro, presidente de Cuba, de *líder*, *governante* ou *ditador*; não veríamos distância conceitual entre *guerrilheiro*, *terrorista* e *soldado irregular*, nem teríamos porque usar essas denominações para, respectivamente, latino-americanos, árabes e irlandeses católicos.

Os falantes de uma mesma comunidade partilham protótipos e estereótipos, senão integralmente, pelo menos com muita semelhança. Estas representações cognitivas comuns a grupos sociais facilitam muito a comunicação: se por um lado é verdade que cada indivíduo possui sua própria e exclusiva representação do mundo, por outro lado também é verdade que diferentes indivíduos sustentam os mesmos traços dessas representações.

Os protótipos formam conjuntos de traços comuns tomados como básicos para a categorização de conceitos internalizados através dos quais vemos a realidade. Um protótipo semântico associa uma palavra ou frase a uma imagem ou esquema cognitivo pré-lingüístico. Os falantes de uma língua estão equipados de habilidade própria para julgar o grau de pertinência de um objeto (ou representação interna dele) ao seu protótipo ou imagem (COLEMAN & KAY, 1980).

Conceitos sociais também podem ser vistos prototipicamente. No mundo ocidental, a América do Norte é vista como o melhor exemplar de democracia (a desastrosa política externa dos Estados Unidos, com suas constantes intervenções na autonomia de outros países, não figura entre os traços relevantes para a constituição do protótipo, que é construído sobre o modelo da liberdade individual dos cidadãos) .

Já os estereótipos são representações concisas e simplificadas da realidade social. Perelman (1997) salienta que os próprios conceitos com os quais interpretamos a sociedade constituem parte do processo social e exercem influência sobre esse mesmo processo. Conceitos tais como *comunista*, *democrata* e outros constituem facilitadores cognitivos, permitindo acesso rápido a informação relevante através das entradas enciclopédicas. O estereótipo é um instrumento de economia de memória. Seu uso político deforma essa possível virtude e o expõe como instrumento perigoso de falseamento da relevância.

Formas ambíguas ou vagas, bem como protótipos e estereótipos, têm papel essencial no conjunto das relações humanas. Formam o substrato comum a um grupo de falantes; permitem a flexibilidade necessária para a comunicação e a derivação de representações compartilhadas pelos membros de uma comunidade; auxiliam na divisão de trabalho existente, por exemplo, entre o legislador e o juiz, o teórico e o político prático.

Hoje que perdemos as ilusões do racionalismo e do positivismo, e que nos damos conta da existência das noções confusas e da importância dos juízos de valor, a retórica deve voltar a ser um estudo vivo, uma técnica da argumentação nas relações humanas, o instrumento capaz de decompor a estratégia política em formas menos diretivas.

Já do ponto de vista das interações sociais, o estudo do processo argumentativo pode ser profundamente esclarecedor das diferentes funções dos indivíduos como membros de distintos grupos comunitários, étnicos e ideológicos. A argumentação é, também, o fator mais fortemente indicativo dos significados compartilhados pelos componentes de dada comunidade, servindo, por essa razão, como espelho refletor da participação dos indivíduos na formação do contrato social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CABRAL, L. S. *Introdução à Psicolinguística*. São Paulo: Ática, 1991.
- COLEMAN, L. & K., Paul. *Language*, Vol St, 02, 1980. p. 26-44.
- ELIAS, N. *A Sociedade dos Indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- LAGE, Nilson. *A Verdade Conveniente*. Mimeo, Florianópolis: UFSC, 1997.
- LAKOFF, George. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories reveal about the mind*. Chicago: Chicago Press, 1987.
- MORENO, Arley, R. *Wittgenstein Através das Imagens*. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.
- PARRET, Herman. *Enunciação e Pragmática*. Campinas: Editora da Unicamp, 1988.
- PEARS. *As Idéias de Wittgenstein*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1973.
- PERELMAN. *Retóricas*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- RACCAH, P. Y. *Argumentation and Natural Language*. *Journal of Pragmatics*, 1986. p. 9.
- SPERBER, Dan & WILSON, Deirdre. *Relevance, Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell Publishers, 1994.
- WALTZER, Michael. *Las Esferas de La Justicia*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.