ESTUDO RETÓRICO-PRAGMÁTICO SOBRE O *PÁTHOS*

João Antônio de Santana Neto*

Resumo: *Este trabalho objetiva apresentar uma reflexão sobre o páthos. Para tanto, utilizam-se pressupostos teóricos da retórica aristotélica, da nova retórica e da pragmática. A partir da visão do páthos na tragédia, no discurso jornalístico, na publicidade e nos meios de comunicação em geral alcança-se a argumentação como síntese do processo que envolve a tríade retórica ou componentes pragmáticos (ethos, lógos e páthos). Demonstra-se que os vários olhares sobre essas categorias são resultantes de deslocamentos necessários para atingir o objetivo de cada teoria, mas que esses deslocamentos e olhares são complementares para o entendimento do todo.*

Palavras-chave: Páthos; Retórica; Pragmática; Argumentação.

INTRODUÇÃO

Este trabalho vincula-se ao projeto de pesquisa sobre a argumentação que está em fase de desenvolvimento e objetiva apresentar uma reflexão teórica sobre a categoria retórico-pragmática do *páthos* e suas relações com o *ethos* e o *logos* numa perspectiva argumentativa. Para tanto, são utilizados pressupostos teóricos da retórica aristotélica, da nova retórica e da pragmática numa tentativa de propor um modelo de análise para o *páthos*.

PAIXÃO E APAIXONADOS

Para se falar em paixão e apaixonados necessita-se recuar até a tragédia grega. A tragédia é uma forma dramática, cujas personagens protagonistas se vêem enfrentando de maneira misteriosa, inexpugnável e inevitável o universo ou os deuses, movendo-se sempre até um desenlace fatal por uma força cega, a fatalidade, a sina ou o *fatum*.

As tragédias se caracterizam por acabar forçosamente em morte ou em loucura da personagem principal, que é sacrificada assim a essa força que se lhe impõe e contra a qual se rebela com orgulho insolente ou *hybris*.

A tragédia nasceu, como se conhece na Grécia, com obras de Tespis e Frinico, e se consolidou com a tríade de grandes trágicos do classicismo grego Ésquilo, Sófocles e Eurípides.

A tragédia se cria a partir da ação dramática da personagem protagonista e nela não existem personagens cômicas. O protagonista da tragédia é excepcional por sua virtude, consciência ou preocupação social, ou seja, foge ao comum. Sempre há um profundo sentido ético e padece de uma paixão profunda (*páthos*), que os racionalistas gregos identificavam com um mal ou enfermidade. Por isso, o conflito do protagonista costuma ser, na maioria das vezes, consigo mesmo e com as forças da natureza, de sorte que sua luta é pelo restabelecimento da ordem cósmica, apelando para o conhecimento e a posterior superação para a realização de sua grandeza, através da *catarsis* que o purifica, mas que a ele, ao espectador.

* Licenciado em Letras Vernáculas pela Universidade Católica do Salvador, Mestre e Doutor em Letras – Filologia e Língua Portuguesa – pela Universidade de São Paulo, Pós-Doutor em Lingüística pela Universidade Nova de Lisboa. Professor Assistente-Doutor de Comunicação Lingüística e Semiótica no Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda – Instituto de Letras da Universidade Católica do Salvador, Professor Titular de Língua Portuguesa da Universidade do Estado da Bahia, Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens e Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras e Lingüística da UFBA. E-mail: jneto@uneb.br

Aristóteles dedica à tragédia grande parte de sua *Poética*, referindo-se a ela como imitação de ação esforçada e completa, de certa amplitude, em uma linguagem que tem ritmo, harmonia e canto. A tragédia clássica devia cumprir três condições: conter personagens de elevada condição social (heróis, reis, deuses), estar em uma linguagem elevada e digna além de terminar tristemente, através da destruição ou da loucura de uma ou várias personagens sacrificadas por sua desmesura ou orgulho ao rebelar-se contra as leis do destino.

Conforme se pode observar, a base da tragédia é a paixão, ou seja, o *páthos*. Segundo Bailly (1909, p. 642), trata-se de sofrer de uma afeição viva, ser vivamente emotivo, se apaixonar. Para Lausberg (1982, p. 105-106), o *páthos* é o grau mais violento dos afetos, a comoção. Tanto assim que, na tragédia, o que se espera dos espectadores durante o espetáculo são dois afetos com grau reduzido de violência: esperança e medo. Ao término da encenação, espera-se que os espectadores sintam comiseração e horror.

O *PÁTHOS*

A categoria retórica do *páthos* também foi estudada por Aristóteles com caráter persuasivo na *Arte Retórica*: "persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, ódio ou amor". Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, 16) afirmam "toda argumentação visa à adesão dos espíritos".

Esse também é o pensamento de Lausberg (1982, p. 105):

> A influência afectiva, pretendida e exercida pelo orador sobre o árbitro da situação, com finalidade de nele exercitar, favoravelmente ao partido, afectos violentos, chama-se *movere* (commovere: εχπλήσσειν, εξισταναι). Este grau afectivo é especialmente indicado para a *peroratio*, como impulso imediado que leva à acção, e que consiste em que seja pronunciada uma sentença favorável ao partido".

As condições prévias da argumentação que caracterizam o "contato dos espíritos" são arroladas por Grice (1982, p. 87) nos seus princípios de cooperação: a língua comum entre os interlocutores, o desejo do locutor de entrar em comunicação e, em resposta, a atenção e interesse do alocutário.

Ao enfatizar a questão da adesão do auditório/alocutário ao qual o orador/locutor se dirige, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) identificam a Nova Retórica com a teoria geral do discurso persuasivo, a qual objetiva obter a adesão intelectual e emotiva de um auditório/alocutário. Para tanto, a comunicação deve tender a orientar pensamentos, a exercitar ou a apaziguar as emoções, a dirigir uma ação, pois conduz à conjunção do diálogo e da razão que, assumida na sua condição histórica, perpetua, pelo direito à palavra e à questão, a construção de um pluralismo e a exigência, sempre em renovação, de um pensamento crítico.

Na perspectiva enunciadora, o enunciador é uma figura que não se dá como quem fala, mas simplesmente como um lugar do qual se fala, se enuncia. Pode-se, então, concluir que aquele "que fala" e aquele "que vê" são papéis que não devem ser atribuídos a um único ser. As atitudes expressas no discurso por um locutor podem ser atribuídas a enunciadores dos quais se distancia tendo em vista a argumentação.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 4) esclarecem que a teoria da argumentação tem por objeto o estudo das técnicas discursivas que permitem "provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento", girando em torno da concepção social da linguagem como instrumento de comunicação e de ação sobre o outro.

Deve-se distinguir a demonstração, ligada à experiência e à dedução lógica e usuária, das provas analíticas, da argumentação, que emprega provas dialéticas e diz respeito ao verossímil,

ao plausível, ao provável, escapando do cálculo lógico. O problema dialógico supõe também um conjunto de asserções plausíveis, de opiniões mais ou menos favoráveis.

> ... quando se trata de argumentar, de influenciar, por meio do discurso, a intensidade de adesão de um auditório a certas teses, já não é possível menosprezar completamente, considerando-as irrelevantes, as condições psíquicas e sociais sem as quais a argumentação ficaria sem objeto ou sem efeito. Pois toda argumentação visa à adesão dos espíritos e, por isso mesmo, pressupõe a existência de um contato intelectual (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p.16).

Esse pressuposto contato intelectual entre orador e o seu auditório faz-se necessário para que a argumentação não seja nula, isto é, "é preciso que um discurso seja escutado, que um livro seja lido" (PERELMAN, 1999, p. 29).

Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), argumentar é uma ação do orador (locutor) sobre um auditório (alocutário) com vistas ao desencadeamento de uma outra ação. Esses autores distinguem três tipos principais de auditório: universal, constituído por toda a humanidade; particular, constituído por um alocutário ou um grupo específico de alocutários, e o auditório constituído pelo próprio locutor (diários pessoais, monólogos interiores).

Tendo em vista o tipo de auditório que se pretende atingir, Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) estabelecem a diferença entre convencer e persuadir. Convencer objetiva o auditório universal, por isso é atemporal, utiliza-se de raciocínio lógico e de provas objetivas e a conclusão decorre das premissas apresentadas. Persuadir visa ao auditório particular, por isso é temporal, é subjetivo, pois tem por meta a vontade e o sentimento, parte de argumentos plausíveis ou verossímeis e conduz a inferências, as quais levam o auditório a aderir aos argumentos apresentados.

A adesão do auditório é imprescindível para a argumentação. Essa adesão, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 16), é um contrato intelectual entre o orador e o auditório, o qual deve ser estabelecido previamente e se relaciona ao que mutuamente se concebe e admite entre ambos e que são revelados nas premissas da argumentação. O objetivo da argumentação não é provar a verdade da conclusão a partir da verdade das premissas, mas é buscar a adesão. Por isso, a preocupação com a adesão do auditório às premissas do discurso é o primeiro passo para uma argumentação bem sucedida.

Ao ler-se a obra de Perelman e Olbrechts-Tyteca, *Tratado de argumentação:* a nova retórica, verifica-se que ela está direcionada como sucessora da problemática grega sobre os estudos retóricos, baseando-se, fundamentalmente, em Aristóteles. Esse tratado, cuja primeira edição é de 1958, reata a tradição grega e rompe com a tradição da modernidade cartesiana, fruto de uma concepção de razão e raciocínio oriunda de Descartes, pois o ato de argumentar, de defender uma posição face a um adversário é reconhecê-lo como interlocutor, como outra consciência, e esta ruptura com a modernidade cartesiana resulta de outra tradição aristotélica: a retórica e a dialética. Dialética entendida como a "arte de razoar" a partir de opiniões geralmente aceitas, detidas pelo auditório, definido como um conjunto de indivíduos para quem é dirigido o discurso.

A discursividade persuasiva é construída em função do auditório, visto que é pelo discurso que a adesão dos espíritos constituintes do auditório se conquista. Por isso, a argumentação não pode desconsiderar os fatores psicológicos, sociais, ideológicos que interferem na construção do discurso, ou seja, estes fatores são essenciais à eficácia da própria argumentação, pois ela tem de ser construída a partir da definição de como é constituído o seu auditório. O reconhecimento do interlocutor por parte do orador/locutor persuasivo faz do auditório, em grande parte, uma construção do orador. Este define-lhe a identidade e demarca-lhe o limite. Por isso o auditório possui um papel central na argumentação, visto que esta tem por

objetivo não propriamente a "verdade", mas a verossimilhança, a qual só é validada naquilo que pensa o auditório, qual seja o seu estado de espírito, a sua convicção ou crença.

Nessa perspectiva, alguns máximas, relacionadas com o *páthos* do auditório, conduzem o discurso jornalístico:

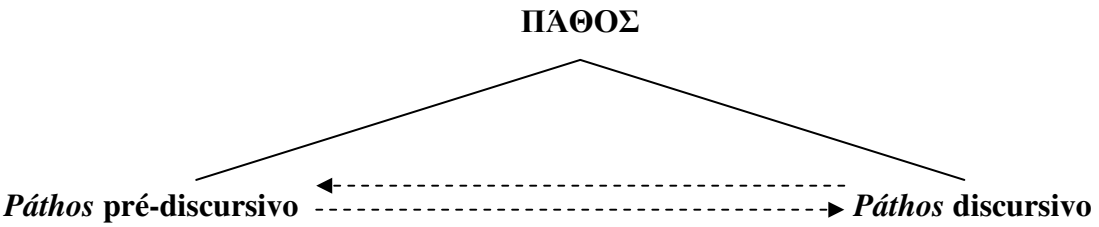
- Mostre-se emocionado! O orador deve emocionar-se (ou fingir estar) no estado emocional que deseja transmitir;
- Mostre objetos! O punhal do assassino, a boneca da menina... Na falta das próprias coisas, "mostre imagens!" de pessoas sofrendo, chorando, extravazando a dor;
- Descreva coisas emocionantes! Amplie dados emocionais, utilizando uma linguagem que tende a exasperar os fatos indignos, cruéis, odiosos.

Essas máximas são seguidas pelos jornalistas, em maior ou menor grau de aderência, conforme se pode ver nos telejornais, nos jornais, nas revistas, nos programas sensacionalistas etc. Também os filmes seguem essas máximas, não só os de ação, mas também os de drama, os de suspense etc. Nesse caminho seguem as telenovelas. O importante para os *media* é obter, a partir da encenação, a comoção do espectador tal como acontece na tragédia. Sentimentos como indignação, raiva, ira, ódio, são despertados por cenas verossímeis de fatos reais ou simulacros ou cenografias.

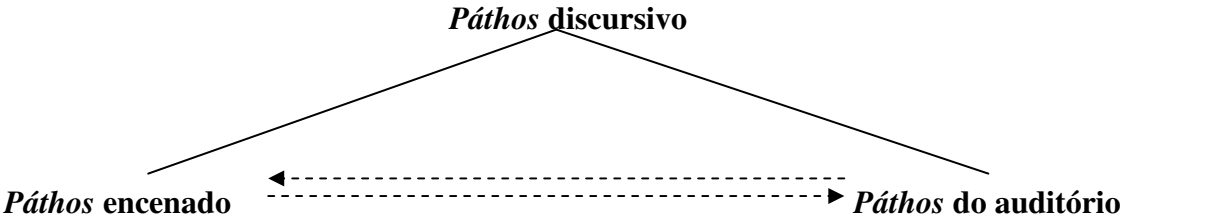
Mas o *páthos* pode abarcar também fortes emoções ligadas ao desejo, como acontece na publicidade e/ou na propaganda, visto que esse tipo de texto de comunicação cria, através da cenografia, uma realidade verossímel com a qual o público-alvo se identifica. Ninguém pode negar o importante papel desempenhado pela publicidade no seio da sociedade. Nota-se, cada vez mais, que a publicidade é um meio fundamental para disseminar ideologias e comportamentos, utilizando-se de alguns sentimentos como forma de manipular o público-alvo. Portanto, ao *páthos* também podem ser associados fortes sentimentos considerados positivos, tais como felicidade, alegria, satisfação, realização, sucesso etc.

Considerando que a publicidade visa influenciar os consumidores no sentido da aquisição do produto, espera-se que ela reflita as tendências do momento e os sistemas de valores da sociedade, instalando-se um maquinismo entre o desejo e a satisfação que cada ato de consumo vem pôr em movimento.

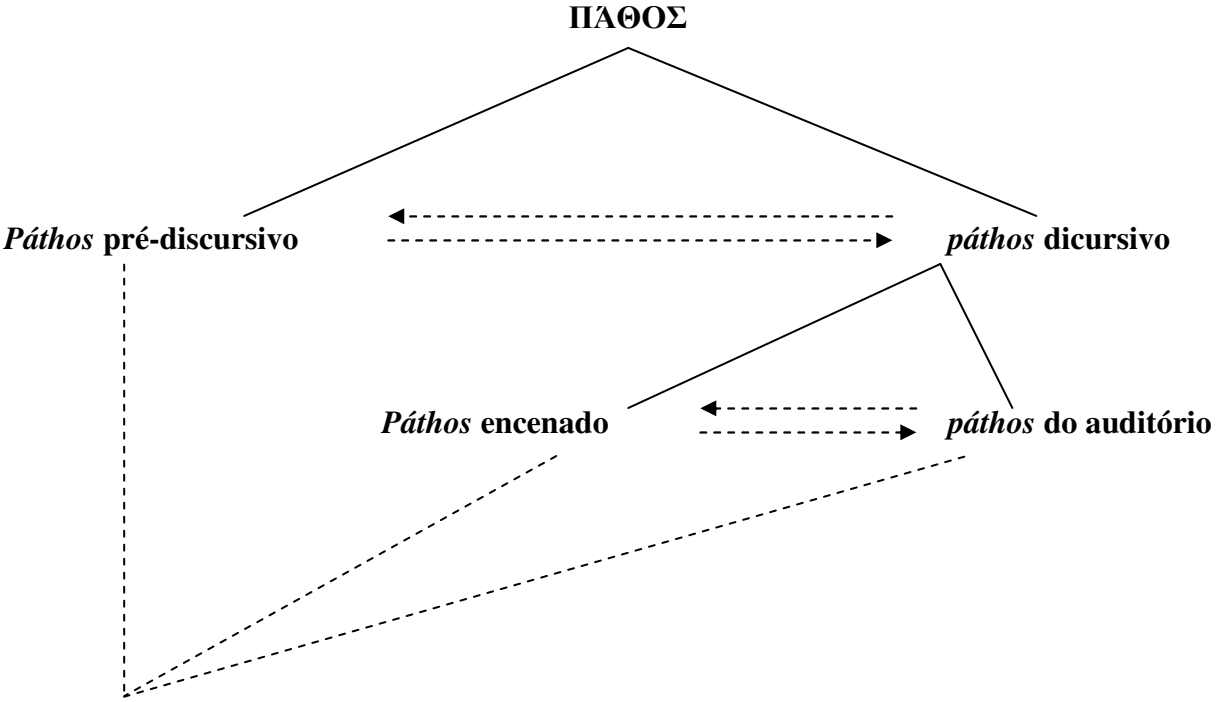
Pode-se afirmar que *o páthos* pode ser subdividido em dois: o *páthos* pré-discursivo e o *páthos* discursivo. Ligam-se ao primeiro as emoções do auditório previstas pelo orador; ao segundo, as emoções do auditório reveladas durante o discurso.



O *páthos* discursivo ainda pode ser dividido em *páthos* encenado e *páthos* do auditório. Quando o orador utiliza-se da cenografia a fim de criar uma realidade verossímel na qual as personagens revelam as suas paixões, tem-se o *páthos* encenado, que influencia o *páthos* (comoção) do auditório, o qual, por sua vez, apresenta as paixões do auditório propriamente ditas, isto é, na influência afetiva obtida pelo discurso do orador.



Pode-se, com base nos estudos de Maingueneau (In: AMOSSY, 2005, p. 83), propor o esquema a seguir para representar o *páthos*:



Os atuais estudos da pragmática, disciplina que estuda o uso da linguagem, têm se voltado, entre outros temas, para o estudo das três categorias retóricas: *ethos*, *lógos* e *páthos*. Tal interesse surge devido ao fato da argumentação depender, entre outros componentes pragmáticos, dessa tríade retórica.

Segundo Eggs (In: AMOSSY, 2005, p. 41), "seria inexato concluir que ele (o ouvinte) se deixa convencer unicamente pelo *páthos*". Essa afirmativa só é válida porque o auditório se deixa persuadir pela argumentação que é o resultado das relações entre as categorias que compõem a tríade: *ethos, lógos* e *páthos*. Segundo os estudos realizados, a partir do deslocamento dessas três categorias retóricas, observa-se a importância das suas relações na construção da argumentação, quer esta vise ao convencimento e/ou à persuasão. Na realidade, o objetivo do orador só é alcançado quando esses três componentes pragmáticos ou categorias retóricas interagem entre si.

A ARGUMENTAÇÃO

Aristóteles, ao escrever sua Τεχνή Ρητοριχή (*Arte Retórica*), pretendeu apresentar uma *technè*, a qual visava examinar o que era persuasivo para vários tipos de indivíduos, pois, para ele, a retórica é a faculdade de considerar, para cada questão, o que pode ser apropriado para persuadir. Na obra citada, têm-se três categorias: o *lógos* (λόγος), o *ethos* (ηθος) e o *páthos* (πάθος). Trata-se da relação entre o orador/locutor e o auditório/alocutário (ηθος e πάθος, de acordo com Aristóteles) através da linguagem (λόγος). Para o *lógos* tem-se a imagem que o

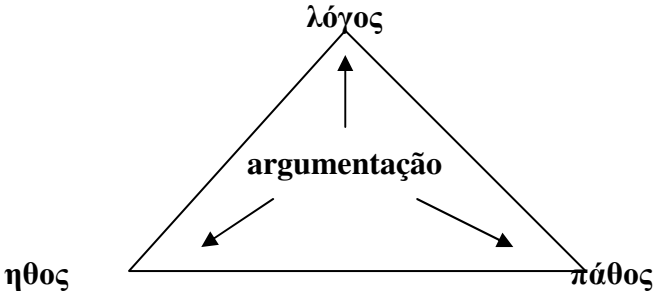
locutor faz do referente e pressupõe-se a imagem que o alocutário faz do referente; para o *ethos* é considerada a imagem que o locutor faz de si mesmo e presupõem-se as imagens que o locutor acredita que o alocutário faça de si próprio e que o alocutário faz do locutor; e para o *páthos* considera-se a imagem que o locutor faz do alocutário e pressupõem-se as imagens que o alocutário faz de si mesmo e que o alocutário acredita que o locutor faça dele. Contudo, na prática, as imagens que o alocutário faz de si mesmo, que o alocutário faz do locutor e que o alocutário acredita que o locutor faça dele só podem ser inferidas pelo locutor a partir de atitudes e comportamentos do alocutário.

Por isso a visão retórica desses três elementos-chave é a de que

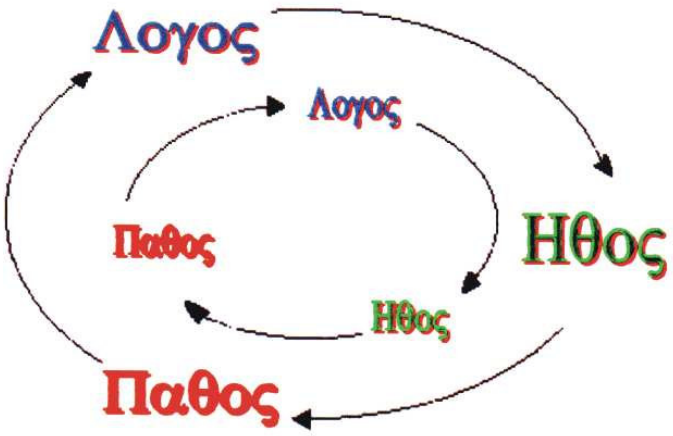
> O orador é simbolizado pelo *ethos*: na sua "virtude", em suma, na confiança que nele se deposita. O auditório é representado pelo *páthos*: para o convencer é preciso impressioná-lo, seduzi-lo, e mesmo os argumentos fundamentados na razão devem apoiar-se nas paixões do auditório para poderem passar e suscitar adesão. Resta, enfim, a terceira componente, sem dúvida a mais objectiva: o *lógos*, o discurso, que pode ser ornamental, literário, ou então directamente literal e argumentativo (MEYER, 1994, p. 43).

Tradicionalmente, apresenta-se a oposição aristotélica entre os argumentos lógicos (λόγος) e os argumentos subjetivos, baseados, de um lado, nas emoções do auditório (πάθος) e, de outro, na imagem do orador (ηθος).

As relações entre a tríade aristotélica e a argumentação podem ser verificadas no esquema proposto por Adam (In: AMOSSY, 2005, p. 94), apresentado a seguir:



Os três componentes da persuasão congregam os três lugares complementares que concorrem para todo movimento argumentativo. Na realidade, o tipo de argumento utilizado intervém também na construção e na imagem do orador, na exteriorização de seus sentimentos e em sua capacidade de inflamar o auditório. O movimento argumentativo pode ser representado pela espiralidade da figura apresentada por Rocha (2003, p. 297):



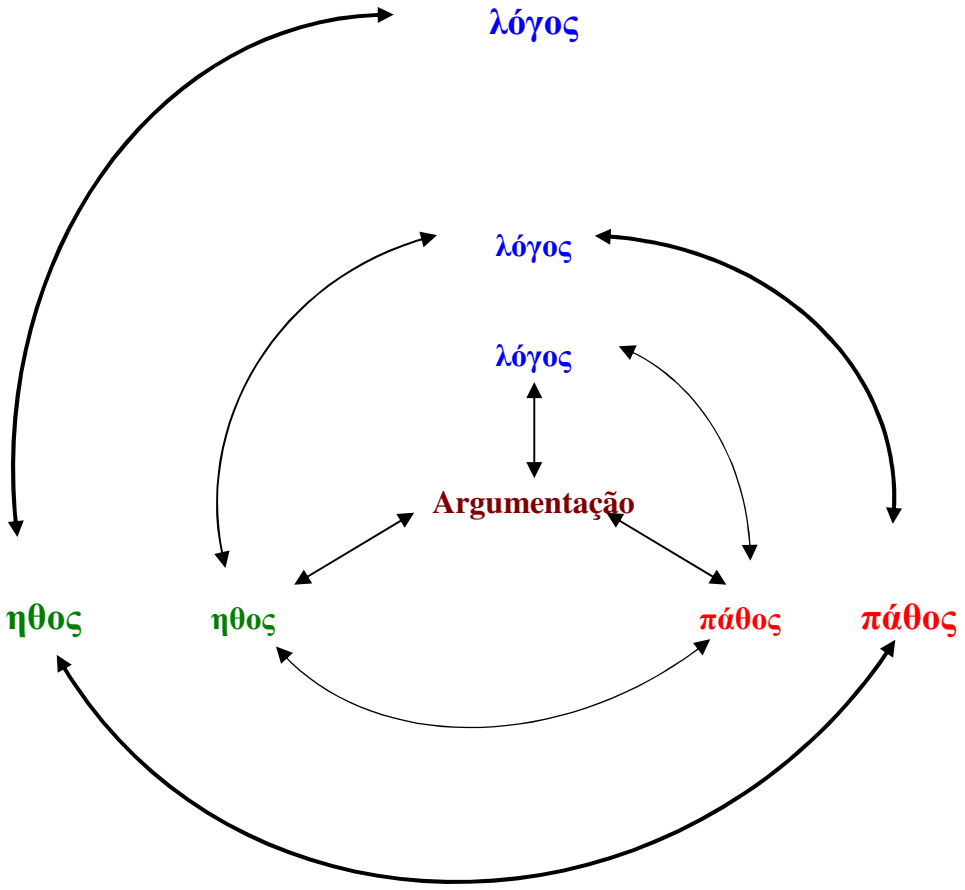
Nessa espiralidade, a "tríade retórica, o λόγος, o ηθος e o πάθος, operando com o imaginário social, constrói o ato discursivo da persuasão e provoca um amálgama de efeitos" no

locutor (ROCHA, 2003, p. 297). Logo, o *ethos* está ligado ao ato enunciativo, mas não se pode ignorar que o público se constitui também representantes do *ethos* do enunciador, ainda que não fale. O *ethos* pode ser definido como o "locutor causar boa impressão", pela construção do seu discurso e pela imagem de si, capaz de convencer o auditório e ganhar a sua confiança. A enunciação discursiva contribui para fazer emergir uma imagem de orador destinada a um auditório. O tom de voz, na fala, a escolha das palavras e dos argumentos, gestos, mímicas, postura etc. Estes são alguns signos, elocucionais e oratórios, vestimentais e simbólicos, para qualquer orador impor uma imagem psicológica e social. O *ethos* não age no primeiro plano, mas de maneira lateral, visto que ele implica uma experiência sensível de discurso e mobiliza a afetividade do destinatário. Convém salientar que o *ethos* pressupõe uma imagem do *páthos*, a qual já inclui a sua aceitação.

O *lógos* pode ser definido como a categoria retórica ligada à razão, ou seja, à palavra pensada, ao raciocínio. O *lógos* é o apelo à razão mediante argumentos verossímeis. Cabe ao orador escolher quais os melhores tipos de argumentos para conseguir o seu objetivo persuasivo.

Partindo do pressuposto de que um discurso é a operação global de um sujeito que constrói uma representação, uma cenografia, pode-se analisá-lo extrínseca e intrinsecamente. A primeira forma de análise consiste em observá-lo no seio de um conjunto de produções discursivas que lhe são relacionadas por questões sócio-ideológicas. A segunda considera o discurso como produto que, por sua vez, produz uma representação com leis próprias e como local de produção de sentidos.

As duas visões são complementares, pois a atividade discursiva possui leis próprias, as quais lhe asseguram funcionalmente a interação social. Esta se estabelece a partir dos lugares respectivos do discurso e das condições que o motivaram como também dos efeitos que ele suscita na configuração social. Com base no exposto, Santana Neto (2005, p. 102) apresenta o esquema a seguir para representar as relações entre as três categorias retóricas e a argumentação:



Para Santana Neto (2005, p. 102), "a argumentação é a síntese que congrega o *lógos*, o *ethos* e o *páthos*, uma vez que esses três elementos são utilizados para a construção da argumentação num processo de complementariedade espiralada que objetiva atingir à persuasão" e/ou ao convencimento.

CONCLUSÃO

Conforme foi demonstrado no decorrer deste trabalho, as três categorias retóricas – *ethos, lógos* e *páthos* – são complementares no estudo da argumentação. Procurou-se apresentar uma proposta para o estudo do páthos a exemplo do que se tem realizado com o *ethos*. A partir da divisão do *páthos* em pré-discursivo e discursivo, na qual o primeiro está ligado às expectativas do auditório/alocutário e o segundo, às emoções obtidas pelo discurso – *páthos* do auditório – através da cenografia – *páthos* encenado, pode-se observar a importância dessa categoria para a argumentação, visto que esta é construída a partir do auditório/alocutário ao qual o discurso objetiva atingir através da persuasão ou do convencimento.

REFERÊNCIAS

ADAM, J. M. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, R. (org.) **Imagens de si no discurso:** a construção do ethos. Trad. Dílson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 93-118.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, [IV aC] 1998.

BAILLY, M. A. **Abrégé du dictionnaire grec-français.** 12. ed. Paris: Hachette, 1909.

GRICE, H. P. Lógica e conversação. In: DASCAL, M. (org.). **Pragmática***:* problemas, críticas, perspectivas da lingüística – bibliografia*.* Campinas: [s.n.], 1982.

LAUSBERG, H. **Elementos de retórica literária**. Trad. R. M. Rosado Fernandes. 3. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1982.

MAINGUENEAU, D. Ethos, cenografia , incorporação. In: AMOSSY, R. (org.) **Imagens de si no discurso:** a construção do ethos. Trad. Dílson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

MEYER, M. As bases da retórica. In: CASCARDI, Anthony, HINTIKKA, Jaakko, PORCHAT, Oswaldo et al. **Retórica e comunicação**. Trad. Fernando Martinho. Porto: Asa. 1994. p. 31-70.

PERELMAN, C. **O império retórico**: retórica e argumentação. Trad. Fernando Trindade e Rui Alexandre Grácio. 2. ed. Porto: Asa, 1999.

PERELMAN, C. e OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação:** a nova retórica*.* Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996

ROCHA, M. J. C. Um olhar sobre a retórica. In: SANTANA NETO, J. A. de, MACÊDO, J. e ROCHA, M. J. C. (orgs.). **Discursos em análise**. Salvador: UCSal, 2003. p. 294-300.

SANTANA NETO, J. A. de. **Processos argumentativos**: estudo retórico de textos didáticos medievais. Salvador: Quarteto, 2005.