FALÁCIAS: ECOS DE UMA TEORIA DA ARGUMENTAÇÃO NA PERSPECTIVA PRAGMÁTICO-COGNITIVA.

Jessé Ricardo Stori de Lara (PIBIC/Fundação Araucária/UEPG), Sebastião Lourenço dos Santos (Orientador), e-mail: lorecut@hotmail.com

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Ciências humanas, Letras e Artes.

Linguística, Letras e Artes/Teoria e análise linguística.

Palavras-chave: falácias, linguagem, relevância, comunicação, retórica.

Resumo

O presente projeto pretendeu trabalhar sob um enfoque descritivista, em contrapartida ao enfoque prescritivista, largamente difundido nos estudos da argumentação e também em relação às falácias. Ao levantar-se a literatura necessária, acabou-se por descobrir outros problemas que devem receber tratamento diferente deste estudo. Apesar disso, ressalta-se a necessidade de pesquisa dos mesmos para, que então, possa-se dar continuidade à este projeto. Visou-se, também, a procura efeitos que as falácias podem exercer na argumentação. Segundo diversos autores, aqui levantados, a linguagem é inerentemente argumentativa. Buscou-se uma solução alternativa a essa afirmação, atrelando os pressupostos da teoria da relevância, que pudesse dar conta dessa explicação. Ao fim, tentou-se, com alguns comerciais, apontar elementos que são vistos como falácias pelas teorias retóricas mais tradicionais, mas que possuem efeitos pragmáticos bastante poderosos na interpretação.

Introdução

O presente projeto, sob uma perspectiva descritivista, pretendeu encontrar e explicar possíveis fenômenos pragmático-cognitivos envolvidos nas falácias. As falácias são vistas, de um modo geral, como traços de linguagem que pretendem denegrir, simpatizar, distorcer ou mascarar, intelectual ou moralmente um argumento qualquer. Este “ato infracionário” contra uma ideia de verdade tem a sua história.

Na concepção da análise do discurso e da análise semiótico-narrativa, trabalhos como os de Koch, Ducrot, Anscombre e Vogt**,** afirmam que a função básica da linguagem é argumentar. Eles também atribuem que essa função não existe apenas enquanto acréscimo linguístico, mas estaria inscrito na própria língua, ou seja, seu uso é inerentemente argumentativo. A pesquisa visa a tentar rebater este ponto de vista. Acreditamos, pela perspectiva da teoria da relevância de Sperber e Wilson (1986), que a argumentação não esteja subscrita à própria linguagem. O modelo inferencial relevantista permite que se possa argumentar segundo seu modelo. As falácias seriam integradas àquele modelo, sendo elas modos de agir em relação ao interlocutor, interpretando-o ou enunciando.

Para que se concretize tal orientação, valemo-nos de uma aproximação do modelo relevantista com o conceito de *decorum.* Na perspectiva de Yáñez (2007), existe uma grande familiaridade entre os dois conceitos, pois, em parte,

expressariam uma adequação na escolha de enunciados e da interpretação dos mesmos. O *decorum* vem a ser uma espécie de valorização máxima em adequar o discurso às capacidades e às expectativas dos ouvintes, bem como a interpretação de enunciados. Na relevância, pode-se dizer que isso ocorre de maneira a seguir um funcionamento já definido por um *background* mental, caro à diversas funções na atividade comunicativa.

A perspectiva de Eemeren em relação à argumentação é a de que se trata de "uma atividade verbal, social e racional que objetiva convencer um crítico razoável da aceitabilidade de um ponto de vista apresentando um conjunto de uma ou mais proposições para justificar este ponto de vista" (EEMEREN, 2006, p. 381). Vale notar que existe uma orientação pautada pela adequação da argumentação. O critério de entendimento de relevância, aqui, não é uma disposição da espécie, mas as disposições e objetivos do falante para com a sua atividade comunicativa, seus objetivos. Podemos, ainda, apontar o caráter prescritivo dos trabalhos de Eemeren e Grootendorst, pois eles visam à um ambiente onde a interação seria bem sucedida segundo seus critérios, o que, de certa forma, fomenta a construção de modelos artificiais de interação e que, normalmente, não são adequados à um estudo do modelo inferencial da linguagem. No entanto, os autores apontam diversas relações interessantes entre argumentação e como é possível manter uma interação.

À partir dessas orientações, pretende-se buscar, especificamente, um tipo de falácia bastante utilizado em comerciais e propagandas, o *ad misericordiam,* que consiste em ganhar afeição ou simpatia do interlocutor, apresentando-se como alguém digno de pena. Com isso pretende-se dizer que esta falácia deveria encontrar um modelo alternativo que descreva seu processamento. Tal modelo deveria integrar um processamento "afetivo-emocional" que possibilitasse, juntamente com o modelo relevantista, a explicação do *ad misericordiam,* um apelo a emoção dada pelas condições deploráveis do enunciador ou personagens a ele envolvidos, no gênero supracitado.

Revisão de literatura

Para dar cabo dos estudos aqui desenvolvidos foram levantadas diversas obras que poderiam auxiliar na compreensão do fenômeno pragmático, bem como as falácias, as questões de processamento inferencial e as noções sobre argumentação. À partir de orientações teóricas de autores como Othom M. Garcia, Adilson Citelli, Luiz Antonio Marcuschi e Ingedore Koch, procurou-se compreender aquilo que fora anteriormente denominado como "inerência da argumentação à língua". Segundo esses autores, ao enunciar, produzir um texto, objetiva-se por um efeito pragmático da linguagem, ressaltando a capacidade que as palavras teriam ao influenciar a atitude das pessoas.

Levantou-se também bibliografia relacionada à tipologia e aos gêneros textuais. As noções levantadas são de autores como Ilgedore Koch, Luiz Antônio Marcuschi e Luiz Carlos Travaglia que têm importantes trabalhos altamente difundidos nessa área.

A obra *Logic and conversation* (1975), de Grice, foi ponto de partida para os estudos pragmáticos. Ali postula-se a base que vai dar origem a teoria da relevância, de Sperber e Wilson. É a partir da obra *Relevância* (1986) que pudemos montar boa parte das considerações aqui levantadas.

Ao relacionar o conceito de adequação com o de relevância, pudemos levantar aspectos bastante interessantes quanto as noções de falácia, e de sua inserção na linguagem argumentativa.

Resultados e Discussão

Há uma relação entre aquilo que denomina-se *decorum* e a relevância. As duas são conceitos que dizem que na comunicação devem ser feitas contribuições relevantes e pertinentes, na produção e na interpretação dos enunciados. O *decorum* foi um conceito cunhado com o intuito de relacionar os aspectos de uma atividade de retórica que levam em conta aspectos muito semelhantes aos que são levantados pela teoria da relevância. Enquanto "a afirmação central da Teoria da Relevância é a de que expectativas de relevância são precisas e previsíveis o suficiente para guiar o ouvinte na direção do significado do falante" (SPERBER; WILSON, 2004, p.221), o *decorum* trata essa questão num caráter técnico, afim de se obter a melhor argumentação num debate.

É justamente no sentido de assumir intenções comunicativas, que acabamos por desenvolver uma presunção comunicativa. "Todo estímulo ostensivo comunica a presunção de sua própria relevância ótima." (SPERBER; WILSON, 2004, p. 229). Ao preferirmos determinado enunciado numa dada situação, estamos automaticamente buscando a melhor forma possível de manifestar um determinado conteúdo. Temos fortes motivos para crer que as falácias, como a *ad misericordiam*, por exemplo, são motivações inferências que nos permitem tornar manifestos determinados conteúdos ou intenções, além de serem poderosos meios de convencimento.

Essas considerações podem ser melhor esclarecidas com os exemplos presentes no vídeo: Top 10 Commercials of 2016, link: https://www.youtube.com/watch?v=WMZChujwrBs. Tratam-se de dez diferentes comerciais, dos quais 5 foram selecionados. Os videos Rock, Paper, Scissors (00:05 minutos); Chinese New Year (2:30 minutos); Lion (3:30); Old Friend (5:50); The Amazing Xmas Carrot (8:00); são exemplos que podem ser exemplificados com a falácias *ad misericordiam*. Tal é indispensável para o sucesso comunicativo dos comerciais, pois sem esse elemento, perderíamos perder o "clima" transmitido pelo comercial. Poderíamos dizer que esse é um efeito inferencial, mas que dificilmente se encaixaria nas noções da teoria da relevância, que não leva em conta noções afetivo-emocionais.

Diversos são os elementos que compõem os vídeos, mas dentre o conjunto de expectativas levantadas estão os sentimentos de pena ou tristeza relacionados aos personagens ou situações:

- Rock, Paper, Scissors (00:05 minutos): a solidão e a agressão, física e emocional, sofrida pelos personagens.
- Chinese New Year (2:30 minutos): a solidão tensionada pelo olhar do menino e outras marcas no boneco de neve.
- Lion (3:30): a solidão do cão da família.
- Old Friend (5:50): a ideia de envelhecimento, que acabou por impossibilitar o senhor de comparecer ao desfile.
- The Amazing Xmas Carrot (8:00): a frustração do personagem em querer desfrutar do natal.

Tratam-se de efeitos que requerem outras explicações.

Conclusões

Podê-se fazer alguns apontamentos interessantes em relação as falácias e outras noções a ela ligadas. Grande parte dos estudos em relação à essa proposta são intimamente ligados às correntes prescritivistas da linguagem, que, como já foi apontado, também apresenta valores negativos à um estudo sobre a argumentação. A argumentação não é apenas o conjunto de técnicas e do bem falar, mas é, também, um encontro com as expectativas de relevância, sem as quais nem mesmo poderíamos pensar numa ideia de retórica. Notou-se, também, que as falácias não são puramente corrupções lógicas, mas pedem um preenchimento que tem a ver com as expectativas afetivo-emocionais do enunciador e do enunciatário, sem as quais, a intenção comunicativa poderia falhar.

Pode-se, também, afirmar que uma boa teoria argumentativa deve abranger não apenas aspectos lógicos, mas, também, aspectos afetivo-emocionais.

Agradecimentos (Arial 12, Negrito, alinhado à esquerda)

Agradeço imensamente ao Professor Sebastião Lourenço dos Santos pela orientação, conselhos e pela liberdade que me concedeu na escolha das obras e dos temas que seriam aqui relacionados.

Referências

DOWNES, Stephen. Stephen's guide to logical fallacies. Disponível em: <http://www.onegoodmove.org/fallacy/welcome.htm> Acesso em: 16 ago, 2017.

GRICE, Herbert Paul. Lógica e conversação. In. Marcelo Dascal (org). Fundamentos metodológicos da linguística – pragmática: problemas, críticas, perspectivas da linguística-bibliografia. Campinas: Unicamp, 1982.

HAACK, Susan. Filosofia das Lógicas. Trad. Cezar Augusto Mortari e Luiz Henrique de Araújo Dutra. São Paulo: Ed. Unesp, 2002.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. *Relevância: Comunicação e Cognição.* Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 2001.

TOP. Top 10 Commercials of 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WMZChujwrBs> Acesso em: 16 ago, 2017.

YÁÑEZ, Cristían Santibãñez. Decorum, principio de relevancia y argumentación. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/41882492_Decorum_principio_de_relevan