

Rui Alexandre Grácio

A INTERACÇÃO ARGUMENTATIVA

Ficha técnica

Título:

A interacção argumentativa

Autor:

Rui Alexandre Grácio

Colecção:

Comunicação e Sociedade — n.º 19

Director da colecção:

Moisés de Lemos Martins

Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho

Capa:

Frederico da Silva

Coordenação editorial:

Rui Grácio

Design gráfico:

Grácio Editor

Impressão e acabamento:

Tipografia Lousanense

1ª Edição: Março de 2010

ISBN: 978-989-96375-7-3

Dep. Legal: 306849/10

© Grácio Editor

Avenida Emídio Navarro, 93, 2.º, Sala E

3000-151 COIMBRA

Telef.: 239 091 658

e-mail: editor@ruigracio.com

sítio: www.ruigracio.com

Reservados todos os direitos

Índice

Prefácio: Argumentação e pensamento: uma nova perspectiva . . .	7
1. Argumentação, <i>técnica</i> de persuasão?	13
2. Argumentação e diálogo: consensos ou dissentimentos? . . .	17
3. Qual o terreno dos assuntos argumentativos?	21
4. O que insta a argumentar?	33
5. Haverá um vínculo filosófico entre argumentador e argumentação?	37
6. Como se relacionam retórica e argumentação?	41
7. Teoria do argumento e teoria da argumentação: que vias de acesso?	45
8. Excessos e reducionismos na teorização da argumentação: onde encontrar a adequação descritiva? . . .	59
9. Falácias ou estratégias de interação?	69
10. O que diferencia a análise argumentativa da argumentação enquanto oposição entre discurso e contra-discurso?	75
11. Algumas noções fundamentais no estudo da argumentação . .	81
Referências bibliográficas	91

1 Argumentação, *técnica* de persuasão?

Uma das formas mais generalizadas de abordar a argumentação consiste em inseri-la na problemática da influência através do discurso, ou seja, em explicá-la através dos seus *efeitos persuasivos*: argumentamos *para* persuadir. Esta visão instrumental e funcional, que define a argumentação a partir de uma finalidade, é o primeiro passo para dela fazermos uma abordagem *técnica*, em termos de *meios para*.

O facto de podermos usar o discurso para persuadir — como o fará qualquer técnico de vendas empenhado na sua profissão, qualquer político que procure angariar eleitores, qualquer pregador que queira disseminar a sua fé ou qualquer chefe de família que tente educar os filhos — é algo de indesmentível. A comunicação persuasiva é, aliás, essencial do ponto de vista relacional e sociológico.

A questão que aqui queremos levantar não é a da legitimidade e da eficácia da comunicação persuasiva mas, sim, a de saber se *ao pensarmos a argumentação em função dela* não estamos a passar ao lado de algo que é mais essencial. Observa Willard (1989: 3), a este propósito, que

«a falha profunda é que a preocupação com a técnica obscurece compromissos pessoais vitais, percepções e estratégias interpessoais e variáveis organizacionais. Se procuramos procedimentos e técnicas que terão sucesso apesar das fraquezas humanas, arriscamo-nos a ignorar as condições organizacionais e interpessoais que encorajam a boa vontade — as crenças pessoais, disciplinas, compromissos, as condições conversacionais e as práticas e costumes institucionais que permitem aos argumentadores usarem técnicas deliberativas com o melhor proveito».

Os factores situacionais, relacionais, organizacionais, contextuais, pessoais e práticos, bem como o facto de à situação argumentativa ser inerente uma forma de tratarmos o outro, fazem com que uma visão técnica seja sempre algo de muito redutor e unilateral. Para além do mais, as práticas argumentativas nunca são dissociáveis da «enciclopédia pessoal» dos argumentadores, nem das suas opções enquanto pessoas que habitam espaços comunitários. Se é certo que, em muitas situações, temos o poder último de decidir, o facto é que a força dessas opções extravasa em