

## PERSUADIR OU CONVENCER?

Eduardo Chagas Oliveira\*

**RESUMO:** *As interpretações que sucedem a publicação do “Tratado da Argumentação: A Nova Retórica” (1958), costumam centrar o foco da teoria de Perelman nos problemas de natureza jurídica. O nosso trabalho, entretanto, procura fundamentar a análise do seu pensamento sob uma perspectiva que privilegia as suas motivações filosóficas e a preocupação com a questão da linguagem. Nossa proposta se opõe ao tipo de raciocínio que considera ser “o ponto de partida de Perelman, o modo pelo qual se entendeu, principalmente a partir da codificação napoleônica, o raciocínio jurídico”. Para tal, optamos por uma exposição que se pauta no percurso intelectual do autor no período compreendido entre 1958 e 1965, buscando em seus escritos e referências, identificar os problemas concernentes à distinção que se impõe entre os modos de convencer e os modos de persuadir na vertente belga da Teoria da Argumentação.*

**Palavras-chave:** Convencer; Persuadir; Argumentação.

## INTRODUÇÃO

O presente texto nasce do desejo de compreender duas passagens distintas da obra de Perelman. A primeira delas pertence ao Tratado da Argumentação, na qual ele destaca ser imperativo distinguir os modos de convencer dos modos de persuadir<sup>1</sup>. A segunda, entretanto, pertence a um texto de 1965, intitulado *Recherches Interdisciplinaires sur L’argumentation*<sup>2</sup> no qual Perelman menciona que, entre as condições prévias da argumentação, deve-se levar em consideração três aspectos essenciais: o desejo de persuadir, a vontade de escutar e a de se deixar convencer, bem como a existência de uma linguagem comum ao orador e ao auditório<sup>3</sup>. As duas passagens parecem possuir algo incomum entre elas: a incompatibilidade entre o que se afirma na primeira e aquilo que se defende na segunda. Considerando-se a distância de quase oito anos entre as duas publicações, teria Perelman descartado o problema, aparentemente crucial do Tratado, e adotado a concepção mais comum que considera a valorização da sinonímia entre os termos? Ou seria um problema de interpretação do excerto? As próximas linhas dedicam-se à tarefa de abordar esse problema da distinção entre convencer e persuadir à luz do conjunto do pensamento do autor.

---

\* Professor Assistente de Filosofia / UEFS; Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea / UFBA; Doutorando em Filosofia / UNICAMP. E-mail: [echagas@uefs.br](mailto:echagas@uefs.br)

<sup>1</sup> Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l’Université de Bruxelles, 1970. p. 34.

<sup>2</sup> Texto originalmente publicado em 1968 pela revista **Logique et Analyse** conforme a seguinte referência: PERELMAN, Chaïm. *Recherches Interdisciplinaires sur l’Argumentation*. **Logique et Analyse**, Bruxelles, 1968, vol. XI, pp. 502-511.

<sup>3</sup> PERELMAN, Chaïm. *Recherches Interdisciplinaires sur l’Argumentation*. **Le Champ de L’argumentation**, Bruxelles: Presses Universitaires de Bruxelles, 1970. (Travaux de la Faculté de Philosophie et lettres, Tome XLIII). p.112.

## PERSUADIR OU CONVENCER: O PROBLEMA

Quando Perelman, juntamente com Lucie Olbrechts-Tyteca, se empenhou na tarefa de mostrar a distinção entre convencer e persuadir, no *Tratado da Argumentação*<sup>4</sup>, foi porque, estando ciente da diferença existente entre os termos, achou-se na obrigação de destacar a imprecisão que eles possuem na sua aplicação hodierna, motivo pelo qual evidenciou a distinção entre as técnicas que visam persuadir e as que procuram convencer, incluindo [dentre elas] aquelas em que o auditório engloba o próprio orador, como ocorre numa deliberação íntima<sup>5</sup> ou numa argumentação que se pretende válida para todos<sup>6</sup>, por exemplo. Todavia, é preciso ressaltar que a sua incursão ao problema, enfatiza a necessidade de analisar a dicotomia, mas não oferece nenhuma colaboração significativa. Problematiza e destaca a distinção<sup>7</sup>, embora se mostre incapaz de resolvê-la, abrindo uma lacuna importante para a investigação filosófica da mesma.

É certo que, fora do campo filosófico, costuma-se promover uma aproximação entre os termos convencer e persuadir referendando a eles com a atribuição de sinonímias. Pensar desta maneira equivale dizer que aquele que persuade convence, bem como que aquele a quem se convence, persuade-se. É possível imaginar que uma argumentação convincente realiza a persuasão, como efeito, no indivíduo a quem se dirige. Em contrapartida, a inversão da hipótese, ou seja, acreditar que um discurso persuasivo gera, como resultado, o convencimento do seu ouvinte, parece uma transposição arbitrária do raciocínio, visto que é perfeitamente possível compreender a existência de palavras suasórias que, no entanto, sejam incapazes de convencer. Pode-se inferir, diante do exposto, a existência de uma fragilidade na concepção meramente lexicográfica que aproxima as duas noções.

A designação filosófica que os conceitos ensejam, permite a percepção de uma fronteira, ainda que aparentemente vaga, razoavelmente clara entre eles. A alternativa de oferecer um sentido técnico, ou talvez filosófico, a persuadir, diferente do de convencer, parece uma exigência que se justifica pela própria aplicação dos conceitos, promotores de interpretações distintas, conforme cada caso de aplicação, e pela impossibilidade de serem perfeitamente intercambiáveis, independentemente do contexto, como se espera que ocorra no caso dos sinônimos legítimos.

Demarcada a distinção, desaparece a ilusão de que a dicotomização entre os termos poderia corresponder a uma violência contra a linguagem natural, uma arbitrariedade desnecessária e incapaz de promover qualquer benefício (ou seja, uma coisa de filósofo). Mas, imagine-se que, ainda assim, alguém (convicto de isso se trata de coisa de filósofo) faça reservas ao apartamento entre convencer e persuadir, firmando as bases de sua objeção no fato de que as duas noções mantêm algo de comum entre elas, permitindo, portanto, a sua associação.

---

<sup>4</sup> Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970. p. 34.

<sup>5</sup> O § 9 do **Tratado da Argumentação** é dedicado exclusivamente à questão da deliberação consigo mesmo. A deliberação íntima, como também é chamada, consiste em uma das alavancas utilizadas pelo autor no intuito de estabelecer os âmbitos da argumentação e a distinção entre os meios de conquistar a adesão do interlocutor. Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970. p. 53.

<sup>6</sup> Assim como o faz com a deliberação íntima, Perelman também consagra um parágrafo ao tratamento do auditório universal (§7). Contudo, os desdobramentos da discussão acerca dessa modalidade de auditório são mais complexos e exigem maior atenção. Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970. p. 40. Em momento oportuno, essa questão será retomada.

<sup>7</sup> Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970. p. 34.

Ora, ainda que haja algo de comum à persuasão e ao convencimento como a capacidade de conquistar a adesão do(s) ouvinte(s), isso não atribui a ambos a mesma significação. Embora apresentem a conquista da adesão como objeto de sua função, em cada caso existe uma particularidade manifestando-se como fim último dos processos. O discurso persuasivo visa *vencer o colutor*, impor a sua opinião perante um auditório, e essa vitória se dá por meio de procedimentos capazes de alterar significativamente o conjunto de crenças deste último, fazendo-lhe reconhecer a superioridade - ainda que inexistente ou ilusória - dos “argumentos” apresentados pelo orador a favor de suas próprias idéias. O argumento convincente, por sua vez, *conquista a adesão* do interlocutor *por intermédio de uma convenção*. O indivíduo se vê compelido a compartilhar da mesma crença por uma imposição da razão e não por uma determinação do outro. Quem cede ao poder de um argumento convincente, assim o faz por indispor – ainda que temporariamente ou momentaneamente – de qualquer possibilidade de contestação. A audiência concedida pode ser voluntária, mas a submissão ao argumento independe da vontade ou do desejo – é uma injunção racional.

Desde já, torna-se imperativo sublinhar que, nos casos em discussão, e este é o ponto relevante para a *Teoria da Argumentação*, importam apenas os meios discursivos, ou argumentativos, empregados com o intuito de convencer ou persuadir<sup>8</sup>. Essa observação é importante por excluir, de imediato, os *procedimentos persuasivos de ação direta*<sup>9</sup> que são estratégias voltadas para a conquista da adesão do ouvinte que não são mediadas previamente pela argumentação – pelo menos não necessariamente<sup>10</sup>. Contudo, uma vez excluídos todos os *procedimentos persuasivos de ação direta*, resta a modalidade persuasiva de natureza lógica que, por sua vez, interessa a Perelman. Mas, esse aspecto lógico que Perelman está preocupado em apreender, tem um sentido bastante amplo. Transcende a compreensão de lógica à qual se costuma empregar o termo. Ademais, também integra o elenco das preocupações perelmanianas os meios empregados, a título de prova, para granjear a adesão do interlocutor. A persuasão soa, neste caso, como uma espécie de estado de consciência, embora seja algo além disso. Restringir a persuasão a um estado de consciência seria mantê-la constricta a um aspecto psicológico que apenas corresponde a uma das suas peculiaridades.

Quando se pretende hierarquizar o persuadir e o convencer, a partir de uma dicotomização em termos absolutos, gera-se um problema de enquadramento entre os mesmos, justamente porque não existe um consenso e, para alguns, o persuadir é superior ao convencer, enquanto, para outros, ocorre o inverso<sup>11</sup>. Aquele que se preocupa exclusivamente com o resultado, vê no persuadir algo mais desejável do que no convencer. Para ele, a persuasão é capaz de acrescentar à convicção uma força necessária para conduzir à ação. O ato de convencer

---

<sup>8</sup> Nem todo discurso é eminentemente persuasivo, pois um discurso puramente constativo, uma descrição de um acontecimento ou, no âmbito jornalístico, a reportagem de um acontecimento não é “necessariamente” persuasiva. Nesses casos se tem um discurso puramente constativo ou denotativo. Também o discurso poético não é necessariamente persuasivo. Quando se lê um Fernando Pessoa ou um Carlos Drummond de Andrade, não é propriamente essa função persuasiva da linguagem aquela que se espera, e nem por isso a sua forma de expressão deixa de ser discursiva. Entretanto, essas modalidades discursivas, que não são persuasivas, tampouco visam convencer ao interlocutor, não interessam à *Teoria da Argumentação* de Perelman.

<sup>9</sup> Cf. PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Logique et Rhétorique. Rhétorique et philosophie : pour une théorie de l'argumentation en philosophie*. 1. éd. Paris: Presses universitaires de France, 1952. p.3. (Series Bibliothèque de philosophie contemporaine. Histoire de la philosophie et philosophie générale).

<sup>10</sup> Correspondem a tais procedimentos, em linhas gerais, o uso da força, em todas as suas variantes, e os contatos pessoais de natureza física, tais como o tapa e o afago, por exemplo.

<sup>11</sup> Id., Ibid.

seria desprovido desta força<sup>12</sup>.

No primeiro caso, ou seja, nos casos em que a persuasão é mais valorizada que o convencimento, em geral há um desprezo pela crítica e pelo entendimento, porque se está preocupado com a aceitação. Não se defende, todavia, que a persuasão seja mais digna de crédito. Defende-se a sua aplicação em virtude da eficácia e não pela sua vinculação com a verdade. Ocorre que ela produz um engajamento, uma adesão quase incondicional a uma idéia, ou a um conjunto delas, pela aproximação aos interesses individuais do ouvinte. São instrumentos do persuadir, a sedução e a conversão<sup>13</sup>.

Quem deseja persuadir sabe, de antemão, que o indivíduo-alvo da sua sedução não compartilha do seu conjunto de crenças, tampouco estaria disposto a aceitá-las através da exposição de justificativas meramente racionais, ou seja, pautadas exclusivamente na necessidade. Pelo contrário, está ciente de que é preciso atacar o seu oponente expondo motivos que o agradem em virtude da sua vontade. Aquele que ouve, por sua vez, sente-se motivado a aderir ao conjunto de crenças do orador, porque este último se apresenta como promotor de uma visão encantadora, impossível de não ser desejada (mesmo sendo ilusória).

É preciso não esquecer que a adesão da qual trata a *Nova Retórica* é voluntária. Persuadir é, neste caso, motivar as outras pessoas para que elas aceitem voluntariamente a forma de ver as coisas com os olhos daquele que fala. E não apenas isso, envolve também a questão do respeito e apreciação a esse olhar, para defender ativamente as propostas que ele projeta. A persuasão representa um trabalho de encantamento pela linguagem. A promessa, aliás, é desta natureza. Quando se promete qualquer coisa a alguém, na verdade, firma-se um pacto de agrado. Há o estabelecimento de que uma determinada coisa, que interessa à parte beneficiada será concedida por conta de um acordo. Quem ouve e, conseqüentemente, é persuadido pela promessa, atribui crédito àquele que fala porque o vê dotado de autoridade para concretizar o pacto. Jamais firmaria o mesmo se não acreditasse na possibilidade de realização por parte de quem prometeu. Aí está o encantamento! As palavras fornecem ao ouvinte a possibilidade de realização de um desejo, movendo-o a agir conforme solicitado pelo orador. Eis o caráter pragmático em questão. Como todo discurso persuasivo, *a promessa promove uma ação ou desperta uma predisposição para a mesma*.

Os discursos políticos são exemplo desta modalidade de discurso persuasivo. A promessa veiculada por meio do discurso político merece atenção da *Teoria da Argumentação* porque encarna aspectos essenciais discutidos pela teoria no que se refere ao estilo persuasivo que possui. O candidato, ao pleitear um cargo público, promete a realização de uma série de eventos por conta da necessidade de votos que precisa para conquistar o seu intento. Em busca da realização dos seus desejos, projeta o seu discurso favoravelmente à realização dos anseios dos

---

<sup>12</sup> Para ilustrar, Perelman destaca que, na enciclopédia espanhola, por exemplo, consta que convencer é apenas uma primeira fase do processo - o essencial é persuadir, ou seja, abalar a alma para que o ouvinte aja em conformidade com a convicção que lhe foi comunicada. (Cf. PERELMAN, Chaïm et ÖLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Logique et Rhétorique. Rhétorique et philosophie : pour une théorie de l'argumentation en philosophie*. 1. éd. Paris: Presses universitaires de France, 1952. p.4. [Series Bibliothèque de philosophie contemporaine. Histoire de la philosophie et philosophie générale].

<sup>13</sup> A esse respeito encontramos no sermão do Padre António Vieira: "Que cousa é a conversão de uma alma, senão entrar um homem dentro em si e ver-se a si mesmo? Para essa vista são necessários olhos, é necessário luz e é necessário espelho. O pregador concorre com o espelho, que é a doutrina; Deus concorre com a luz, que é a graça; o homem concorre com os olhos, que é o conhecimento. Ora suposto que a conversão das almas por meio da pregação depende destes três concursos: de Deus, do pregador e do ouvinte, por qual deles devemos entender que falta? Por parte do ouvinte, ou por parte do pregador, ou por parte de Deus?" (VIEIRA, Padre António. *Sermão da Sexagésima. Sermões Escolhidos*).

seus potenciais eleitores<sup>14</sup>. Estes últimos, através da promessa do candidato, são conduzidos a uma ação específica, votar. Ainda que não votem, conforme espera o candidato, sabem que o objetivo do orador é conduzi-los a agir, e por isso avaliam as promessas e sua possibilidade de execução. Neste caso, o discurso possui todas as características típicas do discurso persuasivo, ou seja, opera por meio da beleza e da agradabilidade.

A função da sedução, como ferramenta suasória, é transformar a crença do orador na mesma do ouvinte. Em outras palavras, o processo de persuasão é utilizado, neste caso especificamente, como instrumento para o orador incutir a sua crença no ouvinte, por meio de um discurso penetrante e cativador. Uma vez submetido à crença do orador, compartilhando e defendendo os mesmos princípios e idéias, torna-se possível notar que, além da sedução, operou-se a conversão. Nesses casos, se seduz para converter, ou seja, o intuito da sedução é, exclusivamente, conquistar uma ação específica. Mas, como todo discurso visa granjear a adesão, se o outro não compartilha das mesmas crenças, motivo pelo qual se pretende persuadi-lo, é necessário sobremaneira fazê-lo compartilhar das mesmas idéias.

Torna-se desnecessário ressaltar a existência de outras modalidades de persuasão, a exemplo do uso da força, porque tais já foram previamente descartadas, conforme citado antes<sup>15</sup>, uma vez que interessa à *Teoria da Argumentação* exclusivamente os meios lingüísticos de conversão. Não se seduz, tampouco se converte, por causa da verdade enunciada. Em um debate, ninguém abandona uma crença exclusivamente porque alguém apresentou provas verdadeiras contra ela, pois isso implicaria assumir a inutilidade e a fragilidade da sua crença, ao passo que, concomitantemente, representaria a superioridade do oponente e sua conseqüente vitória. Por conseguinte, isso negaria completamente os ideais e os valores reconhecidos inicialmente para provocar a discussão – que correspondem ao ponto de partida da argumentação..

Mas, ao falar da persuasão nesses termos, tem-se a impressão de que ela é meramente negativa, esquecendo-se de que a adesão da qual se está tratando na *Nova Retórica* é voluntária. A persuasão se faz necessária porque há um entrave de idéias, e a vontade de uma das partes em fazer prevalecer o seu ponto de vista. É por isso que o procedimento adotado visarà mostrar (sedução) ou impor (conversão) as vantagens que existe em ver as coisas pelo seu ângulo de observação. Não há esclarecimentos no processo persuasivo, ocorre a apresentação de um conjunto de modos de entendimento que devem ser assimilados à custa dos benefícios que serão conquistados ao adotar essa conduta. O discurso persuasivo se dá no interior de um jogo de interesses.

Em geral, o persuadido não busca sê-lo. A persuasão chega sem que ele a procure. É um tipo de discurso que ocorre sem que ele tenha a intenção de encontrá-lo. Chega, agrada e encontra audiência, porque atinge pontos de seu interesse. É por isso que o discurso persuasivo termina sendo incorporado às crenças do ouvinte: ele manifesta ou satisfaz os desejos de quem ouve. Assim é o persuadido: ele não quer, não procura, mas se deixa conduzir pelas circunstâncias, é vencido pela beleza, pelo agradável. A ilusão é o seu grande encanto. A solidez e a sustentação são secundárias, pois ele quer aquilo que lhe inspira desejo.

O convencido, pelo contrário, procura sê-lo. Geralmente, está diante de uma dúvida e busca esclarecimento. Está à procura de segurança, fundamentação para algo que o atormenta pela falta de consistência. Dá-se por convencido quando sai do estado de angústia provocado pela inconsistência daquilo que julga ou julgava saber. Não tem o objetivo de ganhar ou perder o jogo, tampouco se importa se ratificará ou retificará o seu conhecimento, pois quer saber a verdade. Vai à busca (desta última) e ouve atentamente porque anseia por esclarecimentos. Se as

<sup>14</sup> Cf. OLIVEIRA, Eduardo C. **O Discurso Político e o Universo das Falácias**: o uso das falácias na argumentação dos políticos durante a campanha presidencial de 1998 (Dissertação de Mestrado). Salvador: FACOM/UFBa, 2001. p.23.

<sup>15</sup> Cf. p.4

crenças de quem o fala são incorporadas, não é porque agrada aos seus interesses, tampouco porque satisfaz os seus desejos, mas porque esclarece as suas dúvidas de maneira fundamentada.

O Convencer, por sua vez, não compartilha da intenção de ir contra as idéias do outro. O contexto de sua aplicação é de outra natureza, porque visa justamente mostrar ao interlocutor as suas idéias (com base em boas justificativas) para que ele venha a pensar do mesmo modo que você. Pretende promover o esclarecimento. A apresentação de razões tem a função de promover a compreensão do modo de ser das coisas. Acredita-se que um indivíduo devidamente convencido há de se comportar conforme a adoção das razões, porque é inconcebível conhecer a realidade e permitir ser conduzido pelas artimanhas dos jogos persuasivos. Um indivíduo esclarecido jamais poderia se deixar levar pela ilusão do encantamento.

A esse respeito, a *Teoria da Argumentação* de Perelman permite inferir que a verdade, os procedimentos lógico-formais e o raciocínio válido possuem um campo de atuação mais restrito do que se imagina. Uma avaliação quantitativa acerca do procedimento das pessoas – em sua grande maioria – faz ver que, mesmo quando esclarecidas, elas são mais facilmente conduzidas pela beleza do que pela verdade. Daí porque a importância de aliar à verdade a força do encantamento. Força! Eis o termo que perpassa a discussão da dicotomia entre o persuadir e o convencer.

Um argumento científico, por exemplo, concentra a sua força na verdade daquilo que afirma. Sua fundamentação decorre de experimentos e práticas capazes de validar a sua afirmação, tornando-a [supostamente] inconteste a qualquer espírito racional. Entretanto, as pesquisas científicas são menos eficientes do que o ardil da publicidade, quando se trata de penetrar no intelecto do indivíduo. A força da persuasão garante a ação, a força da verdade permite o esclarecimento. A primeira garante a ação, conquista a adesão, a segunda promove a razão, adquire o entendimento.

## CONCLUSÃO

A partir dos problemas levantados, ao menos previamente, chega-se à seguinte conclusão: é possível convencer o interlocutor através de idéias bem fundamentadas, mas, para fazê-lo agir, é possível que se tenha de usar da persuasão.

Para persuadir alguém, é preciso trabalhar o campo das ilusões e dos desejos – desde os mais explícitos aos mais obscuros – dessa pessoa. Isso implica sensibilizar o outro para que ele aja da maneira que se deseja. Para convencer, entretanto, é preciso demonstrar, explicitar a procedência de um raciocínio, fazendo-o claro ao entendimento do interlocutor. É possível dizer que o convencimento desnuda e apresenta a realidade tal como ela é, enquanto a persuasão mascara e exhibe a realidade tal como se gostaria que fosse.

Na abordagem da distinção que importa discutir, sob a ótica da *Teoria da Argumentação*, não se negligencia a eficácia das inúmeras modalidades suasórias exteriores à esfera da linguagem. Entretanto, a funcionalidade delas é tão explícita, que independe de uma análise pormenorizada, se o que se deseja é apontar a diferenciação entre convencer e persuadir. Cabe, portanto, pensar tal distinção no que se refere aos casos em que se imagina haver a inexistência de uma dessemelhança entre os conceitos, porque não se recorre a expedientes extralingüísticos no processo discursivo-argumentativo. Nesses casos, persuade-se quando se apresentam “provas” que parecem convincentes, mas não são. Os discursos persuasivos “levam a crer ou a aceitar” uma coisa pela natureza, e ou particularidades do contexto em que são enunciados, e não pela força da qual dispõem. São, neste aspecto, fracos. Não resistem a uma análise mais apurada e, no geral, adquirem a adesão pela “pressão” do momento em que são enunciados, impossibilitando uma análise crítica minuciosa.

O convencimento, pelo contrário, mesmo quando submetido a uma avaliação mais rígida, tende a se manter inalterado em virtude do peso dos argumentos que o engendraram. Está se falando no âmbito de uma argumentação não constringente e, por isso, fala-se de uma “tendência à inalterabilidade” e não de uma impossibilidade de alteração, como se poderia impor caso se discutisse o problema no interior da Lógica formal, por exemplo. Quem convence, desperta no interlocutor (ouvinte) uma crença provida de solidez porque apresenta provas fundamentadas em juízos bem construídos, ou seja, o argumento convincente apela a razões, se não imutáveis, garantidas pela razoabilidade que se lhe concerne.

Quando Perelman, em *Recherches Interdisciplinaires sur L'argumentation*, resolve elencar as condições prévias da argumentação, menciona: “Dentre as condições prévias da argumentação, deve-se levar em consideração o desejo de persuadir, o de escutar e de se deixar convencer, [e] existência de uma linguagem comum ao orador e ao auditório”<sup>16</sup>.

É preciso compreender que o primeiro ponto, ou seja, o desejo de persuadir, refere-se ao agente; enquanto os outros dois, no caso, a vontade de escutar e a de se deixar convencer, são relativas ao ouvinte. O último desses aspectos salientados por Perelman, “a vontade de se deixar convencer”, corresponde ao ato voluntário mencionado anteriormente<sup>17</sup>. Com isso ele pretende reafirmar a exigência que se impõe ao indivíduo: ele é que tem de se deixar ser convencido. E esse é um pressuposto presente desde o *Tratado da Argumentação: a nova retórica* (1958). Na verdade, a origem de tais pressupostos e, em especial, da necessidade do ato voluntário pertencente ao indivíduo que se deixa conduzir pelo discurso, está esboçada em um outro texto<sup>18</sup>, de 1950, também escrito em parceria com Lucie Olbrechts-Tyteca. Desde lá, subentende-se a importância da contribuição (voluntária) do sujeito, para o orador obter a sua adesão. Tal menção é relevante para reafirmar a exclusão dos procedimentos persuasivos que se impõem ao indivíduo independentemente do seu consentimento. O uso da força, por exemplo, é desta natureza.

Contudo, é justamente ao ressaltar a importância do ato voluntário que a afirmação de Perelman, constante no excerto acima, desvela uma incompatibilidade entre o que se diz e o que perpassa o conjunto da obra, no que se refere ao uso dos termos. Quem deseja persuadir, precisa encontrar alguém disposto a lhe conceder audiência e permitir deixar-se persuadir; enquanto quem deseja convencer, precisa achar quem o ouça e também queira ser convencido. A abordagem do problema, pelo que fornece a unidade do pensamento de Perelman, não permite compreender, tal como expresso literalmente no texto de 1965, como pode o desejo de persuadir (do orador) ser aplicável, e conseqüentemente, conquistar a anuência daquele que quer se deixar convencer.

Possivelmente, uma abordagem mais detalhada do problema, tal como ele se apresenta no *Tratado da Argumentação*, ajude a sustentar o grande equívoco encontrado nesta afirmação de Perelman do *Recherches Interdisciplinaires sur L'argumentation*.

---

<sup>16</sup> “Parmi les préalables de l'argumentation, il faut retenir le désir de persuader, celui d'écouter et de se laisser convaincre, l'existence d'un langage commun à l'orateur et à l'auditoire” (PERELMAN, Chaïm. *Recherches Interdisciplinaires sur l'Argumentation*. **Logique et Analyse**, Bruxelles, 1968, vol. XI, p 505).

<sup>17</sup> Cf. p. 05.

<sup>18</sup> PERELMAN, Chaïm e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Logique et Rhétorique. Rhétorique et philosophie : pour une théorie de l'argumentation en philosophie*. 1. éd. Paris: Presses universitaires de France, 1952. (Series Bibliothèque de philosophie contemporaine. Histoire de la philosophie et philosophie générale). pp.1-43

## REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, Eduardo Chagas (org.). **Chaim Perelman: Direito, Retórica e Teoria da Argumentação**. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana / Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Pesquisas em Filosofia, 2004. 290p. (Coleção de Ensaio / Revista Ideação).

PERELMAN, Chaïm ; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Logique et Rhétorique*. **Rhétorique et philosophie : pour une théorie de l'argumentation en philosophie**. 1. éd. Paris: Presses universitaires de France, 1952. (Series Bibliothèque de philosophie contemporaine. Histoire de la philosophie et philosophie générale).

PERELMAN, Chaïm ; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de la Argumentation: la nouvelle rhétorique**. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1970.

PERELMAN, Chaïm. *Recherches Interdisciplinaires sur l'Argumentation*. **Logique et Analyse**. Bruxelles, 1968.

PERELMAN, Chaïm. *Recherches Interdisciplinaires sur l'Argumentation*. **Le Champ de L'argumentation**. Bruxelles: Presses Universitaires de Bruxelles, 1970. (Travaux de la Faculté de Philosophie et lettres, Tome XLIII).