

Televisão e argumentação: episteme e métodos¹

Luís Carlos Lopes²

Resumo

Este artigo discute as possíveis imbricações entre as proposições das teorias da argumentação e a pesquisa compreensiva dos significados sociais da televisão. O autor propõe uma crítica humanista às teorias sobre as máquinas de comunicar de nosso tempo, considerando-as como portadoras da essência da comunicação humana. Funda sua análise no exame do *pathos* aristotélico, em contraponto ao *ethos* e *aologos*, também do mesmo filósofo. Faz a discussão dos aportes para o mesmo tema das teorias da argumentação contemporâneas, sobretudo, das proposições de Philippe Breton. Conclui com a sugestão de adoção do paradigma da argumentação como base epistemológica e suporte metodológico do campo da comunicação como um todo e dos estudos específicos sobre a comunicação televisiva.

Palavras-chave: retórica, televisão, argumentação.

Abstract

This article discusses the possible relations between the propositions of the theories of argumentation and the comprehensive research of the television social meanings. The author proposes a humanist critic for theories about the communication machines of our time, considering as support of the human communication essence. His analysis is about the Aristotle's *pathos* exam, opposing *ethos* and *logos*, also the same philosopher. He discusses the contributions for the same subject of the actual argumentation theories, above the Philippe Breton's propositions. He concludes with the suggestion of the argumentation paradigm adoption as epistemology basis and methodology support for the all communication field and the specifics studies about television communication.

Key-words: rhetoric, television argumentation.

Introdução

Primeiramente, é necessário fazer uma distinção, como já a fez Breton (2002; 2003), entre os meios de comunicação humanos e os feitos através do uso de objetos ou de máquinas. Os meios mais antigos são aqueles provenientes do corpo, que desde a pré-história é usado para a comunicação interpessoal. Os de longa existência,

¹ Texto apresentado e debatido na Compós de 2005.

² **Luís Carlos Lopes** é professor adjunto IV do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e membro do corpo permanente do Programa de pós-graduação em Comunicação do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. –mail: lclopes@alternex.com.br

inventados nas primeiras civilizações da face da Terra, são os objetos onde se pode gravar a comunicação humana e perenizá-la para uso presente e futuro. Os mais recentes são os que usam de máquinas para transmitir, receber ou estocar. Os dois últimos (objetos e máquinas) fundiram-se em um só sistema de meios técnicos, como um dos efeitos da revolução industrial. Mas, mantiveram, como no exemplo do objeto-livro, uma autonomia significativa, enquanto objetos de uso social.

Continua-se, como há milênios, a comunicar através do gesto, da fala (um tipo específico de exercício da miríade das possibilidades da gestualidade humana) e da capacidade de produzir objetos que contenham imagens que outros possam observar. Da imagética, representando coisas e idéias, desenvolveu-se a escrita e todas as demais representações gráficas que funcionam como elementos significativos de troca de mensagens.

Se não se compreende o outro, se nada se quer comunicar ou se deseja demonstrar algum desagrado, usa-se do silêncio vocal ou monossilábico e de outros tipos de reações corpóreas que os indiquem e transmitam, sempre comunicando.

Se a escritura é imagem, a imagem também é escritura, podendo uma ser traduzida pela outra, sem serem iguais ou equivalentes. Susan Sontag acreditava na superioridade da palavra sobre a imagem, idéia também compartilhada por José Saramago. Não há dúvida que o texto é um meio de comunicação com qualidades excepcionais, podendo traduzir o *logos* humano de modo mais completo. Para os não-letrados ou pouco versados na compreensão do escrito, a imagem é o que existe, bem como o som, que no mundo de hoje, quase sempre acompanha a imagética.

O audiovisual é sem dúvida o principal veículo das representações midiáticas desenvolvidas na última centúria. Entretanto, a conversação ordinária, em toda a sua complexidade, continua a estar muito presente no cotidiano, sendo portadora, da emoção e da razão dos homens e das mulheres de nosso tempo. Os meios de comunicação humanos e técnicos são cumulativos, por mais que as transformações tecnológicas impliquem mudanças nos segundos e fortes influências nos primeiros.

Um modelo hegemônico aceitável da comunicação atual seria o de pessoas conversando, considerando-se como parte desta troca o forte impacto do que ouviriam e veriam nas mídias maquínicas. A troca de mensagens teria como referências: as culturas armazenadas como memórias; as experiências efetivas relativas às suas inserções sociais (trabalho, estudo, relações afetivas etc); o impacto de curto, médio ou longo prazo dos hábitos de ver televisão e de escutar rádio.

O impacto de ler jornais, revistas e livros, usar a internet etc seria, por hora, não-hegemônico, quando se refere à maioria da população humana, em especial, a do hemisfério sul. Mesmo onde a leitura não tem maior espaço social e a oralidade é dominante, tais influências existiriam por efeito indireto. Este seria produzido pelo fato das mídias formarem um sistema intercomunicante, resultando, por exemplo, que não seria preciso ler os jornais para saber, pelo menos de modo sumário, o que neles está noticiado, via a conversação, o rádio ou a televisão.

Nem todos vão ao cinema, mas o cinema vai a todos pelo mesmo caminho, facilitado nos dias que correm pelas tecnologias do vídeo. Uma parcela tem acesso à internet, mas a grande maioria sabe de sua existência e tem algumas informações sobre o que se trata. Obviamente, a partir deste modelo hegemônico, poder-se-ia construir outros, relativos a segmentos específicos. O que se pretende é superar o modelo habermasiano (1989; 2002), onde a comunicação é fundamentalmente a conversação entre dois ou mais falantes que conseguiriam dialogar de modo racional e chegariam ao entendimento mútuo. Neste, a interveniência das mídias não é mencionada ou considerada como fator significativo.

As mídias maquínicas de nosso tempo não substituíram de fato os meios humanos de comunicação. Em dois sentidos, estes últimos continuam sendo os mais importantes. No primeiro, o que é transmitido por essas mídias é antes produzido por seres humanos reais. Estes são sujeitos sociohistóricos ou operacionais que viabilizam a existência do conteúdo que as perpassam. O que é produzido reflete, mesmo que de modo oblíquo e sem que a nitidez seja uma regra, o contexto histórico, político, social e cultural envolvente. No segundo, a recepção interage com a emissão, demonstrando que a viabilidade da comunicação depende do seu efeito social.

Não se acredita, como MacLuhan (1993), que as mídias contemporâneas sejam extensões do homem. Pensa-se que isto é uma concepção organicista, que antropomorfiza as máquinas, dando-lhes uma relativa autonomia dos seus sujeitos humanos. Ao se dizer que o homem tem como extensão um aparato maquínico, estar-se-ia falando que os seres humanos são também máquinas, de modo invertido e especular.

O anti-humanismo é um dos problemas do pensamento contemporâneo, cada vez mais mercantil e tecnofílico. Desde os idos da proposição de Turing (1950, 1995) (Pode-se construir máquinas que possam pensar?) e da cibernética de Wiener (1950, 1971), insiste-se na idéia da substituição vantajosa do homem pelos artefatos da

tecnociência. Tal insistência, derivada da adesão incondicional aos artefatos por esta produzidos, consiste em uma (im)postura de grande apelo midiático em nossa época.

O caráter religioso destas propostas é evidente por sempre se apontar para um futuro radioso, onde as máquinas corrigiriam os ‘defeitos’ humanos. Neste, não se necessitaria mais da transcendência e a fé seria fortemente apoiada em um materialismo pragmático. A nova transcendência, da *new age*, constantemente apontada pelas grandes mídias e pelos diversos artefatos das indústrias culturais, seria a da transformação do homem em maquinário reprogramado para a felicidade eterna. O seu oposto mais visível é a tecnofobia que se refugiaria na simples negação e na apresentação de alternativas passadistas.

Dentre os meios tecnocientíficos de comunicação atuais, continua-se destacando, pelo menos no Brasil, a televisão como mais importante e socialmente influente destes. É curioso que a discussão dos seus significados não seja proporcional à sua dimensão sociohistórica. Fala-se muito mais da internet do que da televisão, invertendo-se o pêndulo da importância social do veículo.

A moderna caixa de Pandora

Acredita-se que muito da discussão sobre os significados da internet seja aplicável ao uso social da televisão. O mapeamento dos contêdores é similar. Na arena argumentativa sobre a TV, lutam os partidários da tecnofilia, da tecnofobia e os que buscam uma alternativa mais equilibrada. Há os que acreditam na naturalização deste objeto social e na sua utilidade apriorística e inquestionável. De outro lado, estão os que demonizam este veículo e o consideram um sujeito-portador da cultura mercantil. Os que buscam uma postura mais equilibrada são minoritários e ainda muito pouco influentes.

Esta última postura considera que a televisão é um objeto social, isto é, algo apropriado pelas sociedades humanas que lhe dão seus conteúdos e interferem em suas formatações. Portanto, os sujeitos deste veículo técnico estão fora e dentro do mesmo. Como os demais aparelhos da modernidade, a televisão não existe por si mesma. Suas características técnicas são usadas de acordo com os interesses em disputa. As mensagens veiculadas são relativas ao jogo de poder em suas múltiplas dimensões. As opções adotadas em sua programação precisam estar de acordo ou podem ser ajustadas às subjetividades dos televidentes e aos interesses objetivos dos anunciantes,

proprietários das emissoras e do poder governamental concessionário. Há variações que se podem modelar, mundo afora. No caso brasileiro, isto parece bem evidente.

Compreender a televisão significa compreender a sociedade onde ela é construída, observá-la, constatando que a TV é um espelho translúcido, bastante turvo e recoberto por vários véus. As imagens visíveis neste espelho remetem aos seus criadores que atuam nos papéis de teleprodutores, telepatrocinadores, telefiscalizadores e televidentes. Sem esquecer, que se está em uma posição diversa, a de teleobservadores, o que tem implicações inerentes e específicas ao ato de se tentar interpretar o funcionamento desta mídia. Cabe aos teleobservadores levantar os véus, inverter a imagem do espelho e diminuir as sombras que impedem uma melhor compreensão.

Sob o ponto de vista mítico, a televisão é uma caixa de onde saem o bem o mal. É, também, o lugar onde a esperança fica guardada em seu nível mais profundo e inalcançável. A analogia com a caixa de Pandora não é casual. Há múltiplas 'caixas' míticas no mundo atual. O uso social delas exige que se acredite nos seus poderes cabalísticos, já que é impossível à grande maioria uma compreensão mais objetiva de seus significados.

A TV, bem como o microcomputador, e outros aparelhos eletrônicos são, além de suas materialidades tecnocientíficas, 'caixas'. Nestas, os homens seriam capazes de depositar suas razões e, com maior ênfase, suas emoções. Usá-las significa reapropriar-se de si mesmo e do mundo envolvente, tal como houvesse um lugar onde estariam depositadas as venturas e desventuras e a capacidade de vivenciá-las, sem necessariamente compreendê-las.

Desde das primeiras civilizações, inúmeras 'caixas', arcas, cofres e túmulos tiveram funções mágicas e foram concebidas e imaginadas como fiéis depositárias das paixões humanas. Foram e continuam sendo símbolos da fortuna e da desgraça, da saúde e da doença, do amor e do ódio. A televisão, sucessora do rádio (também uma caixa com elevada potência mágica), conserva há mais de setenta anos o seu formato padrão: uma caixa retangular, fechada e com uma de suas faces dotada de um vidro que, quando iluminado pela força da eletrônica e da eletricidade, exhibe imagens, cada vez mais definidas e similares à vida material e simbólica. O seu som, que também se tornou mais definido e bastante superior ao do rádio do passado, reproduz e simula a voz humana, a música tocada por pessoas e a miríade de sons artificiais e naturais que se conhece.

No mundo atual, há uma imensa variação de tamanhos, formatos e outras características excepcionais dos aparelhos de TV. Mas o formato básico persiste como referência industrial e simbólica. Ao grande público, não interessa os aspectos tecnológicos mais complexos referentes ao maquinário que permite a televidência. Aliás, a televisão pouco esclarece sobre o seu funcionamento.

Na maior parte dos casos, tal como no cinema, as câmeras, os cabos, as antenas, as artificialidades dos cenários e os segredos dos auditórios, os *teleprompters*, o *cromakey*, as salas de edição, o pessoal que trabalha nas atividades de apoio etc não são mostrados. Em muitas situações, até mesmo a temporalidade é apagada, quando se ‘esquece’ de se informar aos televidentes que se trata de imagens pré-gravadas ou simplesmente não se diz quando a gravação foi feita. Fatos semelhantes ocorrem com a origem das imagens, gerando vários tipos de confusão e de possibilidades manipulatórias.

Assistir TV parece ao grande público estar na frente de uma tela mágica, colada em uma caixa poderosa que recebe e transmite o que as pessoas vêem ou acham que assistem. Cabe ao televidente aceitar o que vê ou por em dúvida a veracidade e eticidade da força das imagens, sons e, sobretudo, idéias recebidas. Obviamente, as possibilidades de compreensão dos televidentes têm limites que saem de seu estrito controle, tanto do ponto de vista individual, como do coletivo. Esses limites são os mesmos de qualquer outro sujeito histórico e social, dependendo da posição ocupada e das reais possibilidades de interpretação das mensagens.

Se por um lado, a interatividade simbólica da relação entre a televisão e seu público tem claros contornos de evidência da influência da recepção, por outro, não é possível crer que não há limites impostos pela posição ocupada pelos vários sujeitos envolvidos. Os interesses dos anunciantes, da empresa produtora e do poder concedente (também importante anunciante e sustentador econômico do veículo) disputam espaço em condição de vantagem com os anseios e desejos do grande público. Acredita-se que dependendo do contexto, a pugna entre estes diferentes sujeitos tem desfechos nem sempre previsíveis. Mimetizando a vida social, o espelho translúcido da TV tende a ‘dançar conforme a música’, sendo um dos elementos do contexto político dominante.

Argumentação e televisão: emoções, ética e razão

O parâmetro básico da compreensão da televisão, aqui defendido, baseia-se na concepção de que ela é um meio de comunicação técnico que veicula meios de

comunicação humanos. Como efeito deste, acredita-se que a pesquisa sobre o tema deve valorizar a identificação destes últimos e tentar entendê-los a partir de suas funções sociais. Nesta senda, a TV não é só imagem, som e negócios. Acredita-se que estes, viabilizando a existência deste meio, terminam por ser suportes da *parole* humana, esta compreendida no sentido dado por Breton (2003), de substância básica da comunicação.

A *parole*, não se resume à palavra. Trata-se de toda e qualquer manifestação oriunda do corpo, do gesto ao texto, da imagem à escrita, da voz, música e ruídos aos seus registros, do projeto arquitetônico às edificações, da idéia ao objeto, da conversação à literatura etc.

Estudar a *parole* televisiva implica colocar a discussão sobre os significados da televisão no campo das modernas teorias da argumentação, sem esquecer suas origens remotas na antiga retórica. Esta é descrita em obra específica da faina de Aristóteles e de grande influência no pensamento ocidental. Denomina-se *Arte Retórica* e é dividida em três livros. Neles, as possibilidades de articulação da argumentação, com todas as suas tecnicidades e características humanas são discutidas à exaustão.

Neste artigo, tem-se maior interesse pelo livro segundo, o que trata do *pathos*, do *ethos* e do *logos*. O sábio grego, em uma interpretação atual da *parole* humana, descreveu e analisou várias possibilidades das manifestações emocionais (*pathos*), a questão da moral e da ética (*ethos*) - que para ele dependia do caráter individual - e as regras do estabelecimento de argumentos 'racionais', comprovados e compreensíveis (*logos*).

É notável a importância dada ao *pathos*, descrito em detalhes, enquanto paixões humanas. Estas seriam baseadas em sentimentos menos nobres como os da inveja e do ódio extremado, bem como, haveria outros modos de sentir mais palatáveis como a indignação e a compaixão. Há, neste filósofo, a compreensão de que argumentar é um modo de ser humano, um comportamento, algo que vem do interior de cada pessoa. Como ele acreditava na separação entre corpo e alma, argumentar para ele era manifestar o desejo de cada alma, persuadir ao outro a partir das emoções e das razões do orador e de seus auditórios.

Aristóteles entendia que a argumentação logocêntrica era mais elaborada e menos natural, isto é, precisava ser ensinada e desenvolvida. O *pathos* rivalizava com o *logos*, isto é, as características humanas 'naturais' tendiam a pesar mais na estruturação da comunicação. O *ethos*, entendido como um problema de caráter individual, portanto,

ainda mais naturalizado, foi menos discutido, possivelmente, por efeito da crença em sua inelutabilidade. O ‘racionalismo’ de feição antiga implicava na saída logocêntrica como busca do equilíbrio, da ‘calma’ reiterada pelo célebre autor.

Nos dias que correm, curiosamente, fecham-se os olhos para os problemas criados pelas emoções. Tende-se a achá-los menores e sem importância. Em outra vertente, como a habermasiana, as consideram como psicopatológicos e as tratam como doença ou perturbação do espírito. Entretanto, a emoção jorra em profusão impressionante de todas as mídias humanas e técnicas. Sente-se muito sobre qualquer mazela humana conhecida de perto ou noticiada. Choram-se cântaros no cancionário popular, nas conversas interpessoais sobre questões afetivas, nas telenovelas, nos filmes de qualquer cepa, no teatro, no rádio e na televisão. Estas emoções são legítimas, mesmo que, por vezes, alienadas. Representam o sofrimento humano e o reconhecimento coletivo de pertencimento ao universo.

A *parole* televisiva, tal como a conhecemos no hemisfério sul e em boa parte do norte, é fundamentalmente tributária do *pathos*, tal como o descreve Aristóteles. A conversação ordinária, matéria de grande importância televisiva, reproduz a idéia do sentimento como raiz da vida. A razão, nos sentidos dados pela lógica formal aristotélica e os surgidos a partir da época das Luzes é presente em espaços restritos, onde o *logos* combina-se com o *pathos*, sem necessariamente dominá-lo. O *ethos* vem a reboque, não como uma razão do mesmo, e sim como uma decorrência ‘natural’.

Em um exemplo negativo, regularmente explorado:

‘Se não gosto de alguém, é lícito dizer aos outros que o meu alvo não presta, mesmo que eu não possua provas cabais ou não possa sustentar logicamente o meu ódio.’

Este comportamento, baseado em premissas subjetivas raramente reveladas ou admitidas, é recorrente nas telenovelas, em programas de auditório, de entrevistas etc. Não é distante da vida cotidiana das mais variadas classes e grupos socioculturais. Obviamente, o mesmo exemplo pode ser lido ou praticado de modo invertido, falando-se bem de quem se gosta, sem qualquer sustentação, além da emocional. Quem assim se comporta, tem seu *ethos* adaptado às circunstâncias, considera que isto é natural e possui como referência as crenças compartilhadas pelos extratos sociais de que faz parte.

Revisando e atualizando os conceitos aristotélicos, não se acredita que a ética seja natural ou um problema de cada indivíduo. Ao contrário, assim como não há moral *a priori*, tal como pensava Kant, não existe ética fora do domínio da vida, tal como foi demonstrado por Habermas (1989; 1992). Ela precisa ser ensinada pela sociedade de que se faz parte, bem como ocorre com as noções de sentimento e do que seja defensável como racional. Portanto, o *logos*, o *pathos* e o *ethos* são fundamentos argumentativos apreendidos socialmente, que refletem a posição em que estamos e as crenças que compartilhamos com os demais.

Desde Aristóteles, a teoria da argumentação defronta-se com um dilema intrínseco. Pode-se argumentar com a razão, buscando-se comprovar o que se está afirmando, em um sentido compreensivo e universal. Na vida cotidiana, o mais comum é que a conversação seja mais pautada pela emoção que também possui regras, acordadas socialmente. Amar e odiar não são sentimentos naturais. É preciso aprender o que se deve amar, de que se deve ter inveja, o que leva a se ter cólera, indignação e compaixão. No sábio grego encontra-se tanto a argumentação derivada do *pathos*, como a oriunda no *logos*.

Em autores modernos, como Perelman (1958; 2002), o *pathos* vira ator secundário e mesmo não-argumentativo. O esforço do pensador belga foi o de fornecer um roteiro para a produção de argumentos racionais *ad humanitatem*, isto é, os que serviriam à razão e se definiriam por sua universalidade. Para tal, foi preciso criticar veementemente os argumentos *ad hominem*, chamados de pseudo-argumentos por se basearem no preconceito e nos lugares comuns, ou seja, no movimento entre a tradição, o mito e o senso comum (opinião), todos socialmente compartilhados.

Se Perelman estivesse vivo e fosse convidado a assistir a televisão aberta brasileira, incluindo o seu telejornalismo, talvez dissesse que a maioria dos argumentos usados não se enquadraria em suas proposições judiciárias. Poderia chegar à conclusão de que os televidentes estariam sendo enganados e impedidos de usar a razão. Se tivesse preconceitos com os brasileiros, o autor belga, possivelmente, diria que o visível, nos canais com maior audiência, refletiria a baixa cultura dos televidentes e suas incapacidades de pensar de modo mais sofisticado. Defenderia, certamente, a tese de que o poder judiciário deveria enquadrar a produção televisiva nas leis que criticam a exploração da boa fé pública, a propaganda abusiva de superstições e outros modos irracionais de ver a vida.

O problema é que as culturas brasileiras atuais, com suas múltiplas origens, foram forjadas em outra história. Esta tem cânones específicos e muito mais pontos de vinculação com o mundo ibero-americano e, de modo mais genérico, com a realidade dos países do hemisfério sul. Nossas elites, de modo ambíguo e contraditório, sempre desejaram ser européias ou norte-americanas (mais recentemente). Entretanto, a força de nossas culturas abarca todos, mesmo os que as negam, forjando modos de ser e de argumentar originais. Por mais que a televisão por aqui sofra influência dos modelos de outros países, temos um modo específico de a fazer, e isto quer dizer que conseguimos levar para a telinha mágica a marca de nossas culturas e de nossos problemas.

Na medida em que a televisão superou sua fase inicial de entronização no tecido social, em todo o mundo, ela passou a fazer parte do conjunto dos objetos sociais disponíveis para o uso das comunidades. Acredita-se que assisti-la não é ver os sons e as imagens idênticas aos existentes em cada lugar físico onde são produzidas. O que ela reproduz são representações e não poderia ser diferente disto, porque junto com as imagens existem escolhas, um olhar, isto é, um modo de ver o mundo. A lógica especular é imprópria para a análise, isto se considerada sem os turvamentos e obliquidades que lhes são imanentes. Feitas estas ressalvas, é bom lembrar da importância universal da televisão. É verdade que o grau de uso social é bem maior em alguns países e bem menor em outros. Em todos os casos, o mundo vê televisão e os estados e sociedades utilizam-na como objeto significativo de transportes de suas *paroles*.

Não há dúvida que este meio técnico de comunicação audiovisual consiste em algo que permite – dependendo de seu uso social – de uma aproximação maior com a maioria do que a experimentada pelos demais meios. Deve-se considerar sua instantaneidade e forte tendência de acompanhar o desenho social. No Brasil, a partir da década de 1970, com ênfase quase absoluta, a *parole* televisiva é também a do poder, do consumo, da moral e dos costumes. Portanto, pode-se dizer que o estado e a sociedade brasileiros dialogam com e por meio da televisão, transformada por aqui em nossa mais importante forma de fazer circular o que se diz e se pensa.

Conclusões

Acredita-se que as teorias da argumentação mais recentes têm aportado contribuições epistemológicas e metodológicas significativas para a compreensão dos

processos comunicacionais. O trabalho de Breton de trazer esta discussão para o campo da comunicação é um dos sintomas de renovação. Sua proposição da teoria da *parole* dá fôlego novo à compreensão de como os homens e mulheres se comunicam com ou sem a mediação de objetos e máquinas.

O autor francês divide a *parole*, que para ele é a essência da comunicação, em três elementos (gêneros) intercambiáveis: a informação, a expressão (emoções e gostos) e a argumentação. Diz que a *parole* pode ser diferenciada quando se consegue ou se propõe (esclarece) a presença destes três elementos. Seria indiferenciada, quando não há distinção. Os mesmos elementos estariam misturados, convivendo sob algum império específico. Pensa-se que o fator mais comum da indiferenciação é o da prevalência da expressão, salvo nos casos onde o fenômeno comunicacional é racionalmente expressivo, como o do gosto estético.

A expressão, isto é, o império da emoção, que consiste em sua principal característica, tem a capacidade de portar de modo controlado e pouco visível a informação e a argumentação lógico-racional. É isso é possível ver nas telenovelas, nos telejornais mais expressivos, nos programas de auditório e na conversação do cotidiano. A expressão, se demasiada e incontida, torna difícil o acesso aos elementos informativos e às possíveis construções argumentativas e compreensivas. Em suma, veda-se a possibilidade de se produzirem conhecimentos racionais e se apela para alguma forma de irracionalismo.

Diferentemente do racionalismo asséptico do passado, não se demoniza a emoção, tal como se fosse uma perversão do espírito. Não se concorda que em todos os casos a expressão emotiva seja necessariamente um problema psicopatológico. A combinação entre a argumentação e a expressão é que nos tornaria humanos, ou ainda mais humanos, porque nos permitiria através do verbo a compreender com mais proficiência os problemas da vida e a encontrar soluções mais satisfatórias e realistas.

Por fim, defendem-se as modernas teorias da argumentação, sem esquecer das contribuições da antiguidade, como potentes instrumentos para a construção da epistemologia dos estudos comunicacionais e como inspiração para novas abordagens metodológicas.

Referências Bibliográficas

- BRETON, Philippe et PROULX, Serge. *L'explosion de la communication*. Paris/Montréal: La Découverte/Boréal, 1989.
- BRETON, Philippe. *A argumentação na comunicação*. Bauru : EDUSC, 1999.
- BRETON, Philippe. *Le culte de l'Internet : une menace pour le lien social ?* Paris : La Découverte, 2000.
- BRETON, Philippe. *Éloge de la parole*. Paris : La Découverte, 2003. 187 pp.
- BRETON, Philippe et PROULX, Serge. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI siècle*. Paris : La Découverte, 2002. 385 pp.
- BRIGGS, Asa, BURKE, Peter. *Uma história Social da Mídia*. Rio de Janeiro : Zahar, 2004. 377 pp.
- HABERMAS, Jürgen. *Consciência moral e agir comunicativo*. Trad. De Guido de Almeida. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1989. 236 pp. A edição original em alemão é de 1983.
- HABERMAS, Jürgen. *De l'éthique de la discussion*. Paris : CERF, 1992. A edição original em alemão é de 1991. 202 pp.
- HABERMAS, Jürgen. *Racionalidade e comunicação*. Lisboa : Edições 70, 2002. 221 pp.
- MCLUHAN, Marshall. (1911-1980) *Pour Comprendre les médias: les prolongements technologiques de l'homme*. Tradução do inglês por Jean Paré. 2 ed. Québec : Hurtubise, 1993. 561 pp.
- PERELMAN, Chaïm, OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado de Argumentação: nova retórica*. São Paulo : Martins Fontes, 1996. 653 pp.
- TURING, Alan, GIRARD, Jean-Yves. *La Machine de Turing*. Paris : Seuil, 1995.
- WIENER, Norbert. *Cybernétique et société: l'usage humain des êtres humains*. Paris : Editions des Deux Rives, 1971. 510 pp. [Edition synoptique] A primeira edição é de 1950.