em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

Os Meios e a constituição de uma "condição retórica" da cultura[1]

Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa
Pós-Doutora; PUC-SP;
regianemo@uol.com.br

Resumo: Este artigo visa discutir o modo pelo qual ocorre a redefinição das práticas retóricas, como também, a ressignificação da ideia de persuadir, quando a constituição das mensagens persuasivas é entendida pela interação edificada entre diferentes ambientes comunicacionais.Tendo por base a compreensão sistêmica da cultura formulada pelos teóricos da Escola de Tártu-Moscou e a definição ambiental dos meios segundo Marshall McLuhan, procederemos a discriminação semiótica do anúncio veiculado pelo canal a cabo HBO, com o intuito de indicar como a sua articulação retórica não pode prescindir da consideração da fronteira sígnica edificada entre diferentes ambiências. Com isso, criam-se as condições para a constituição de uma "memória textual" comum que é compartilhada por um auditório/texto, como também, de uma "condição retórica", caracterizada por uma prática eminentemente relacional e responsiva, pela qual o efeito retórico-persuasivo é produzido.

Palavras-chave: Retórica. Ambientes comunicacionais. Fronteira semiótica. Persuasão.

1 Introdução

Numa noite chuvosa, no verão de 2008, na cidade de Nova York, dezenas de transeuntes foram surpreendidos por uma projeção ocorrida na parede de um edifício. Para muitos a surpresa foi menor, pois já haviam recebido um convite durante o dia, que indicava o local e a hora em que ocorreria a apresentação. Com duração de 5,12 minutos, o vídeo teve início com o letreiro *Four floors, eight histories*. A partir de então, um a um, por meio do *fade-in*, surgiram oito quadros, acompanhados pelos títulos que identificaram as histórias ocorridas em cada um. São eles: *The Grow-up table*, *The Delivery*, *The Temptress*, *The Tempeted*, *The Proposal*, *The Killer within*, *The Discovery* e *The Departure*. Depois que todos foram acesos, foi possível identificar a configuração de um edifício, uma vez que

cada quadro correspondia a um apartamento. No total, foram alocados dois quadros por andar, separados apenas por uma escada. No canto inferior esquerdo, o logo do canal a cabo HBO acompanhou toda a projeção. Ao término, de forma sequencial, os quadros foram apagados e, por fim, como uma espécie de assinatura, foi inserido o letreiro hbovoyeur.com.br (Figura 1).

A referida peça fez parte de uma campanha publicitária realizada pelo canal a cabo HBO, especializado em filmes e seriados, que teve como conceito criativo o voyeurismo, definido na campanha pela ideia: "o que as pessoas fazem quando pensam que ninguém está olhando". A campanha foi composta por curtas-metragens veiculados na televisão, além do site, em que o usuário poderia acessar cada uma das histórias projetadas sobre o edifício. Com isso, o objetivo era evidenciar o papel proeminente exercido pelo canal como um grande "contador de histórias".

Figura 1 - Imagem frontal da projeção realizada pelo canal a cabo HBO

Fonte: Youtube

Porém, no caso da projeção, não foi propriamente a estratégia publicitária que nos chamou a atenção, mas sim, a diversidade de códigos e linguagens presentes no arranjo sígnico. É curioso observar a própria dificuldade de definição da peça, que parece ser uma síntese de diferentes meios, como *outdoor*, painel eletrônico, cinema e televisão. Ao mesmo tempo, por ser um anúncio publicitário, mesmo que inusual, a referida projeção não se exime do objetivo de persuadir. Porém, o apelo presente na peça parece não se adequar àqueles comumente explorados nas mensagens publicitárias, que explicitamente apresentam o diferencial do anunciante (que, no caso da HBO, refere-se à diversidade da sua programação) e, em consequência, o benefício que o ele oferece ao consumidor.

É com base nessas questões e, tendo por objeto o referido anúncio, que pretendemos encaminhar nossa argumentação com o intuito de explorar uma hipótese, ou seja: o modo pelo qual a ação exercida pelos meios contribui para a constituição de uma "condição retórica" na cultura, que gera tanto a redefinição dos processos retóricos quanto promove a ressignificação daquilo que se entende por persuadir.

Em conformidade com esse raciocínio, os recursos suasórios presentes numa determinada mensagem jamais poderiam ser estudados sem que se considerasse o contexto mais amplo da cultura, aqui entendido pela perspectiva do espaço semiótico (ou semiosfera), constituído por diferentes meios e/ou ambientes comunicacionais. Nesse sentido, nossa abordagem fundamenta-se na perspectiva epistemológica de estudo da cultura proposta pelos teóricos da Escola de Tártu-Moscou[2]. Para eles, a cultura é edificada mediante o diálogo estabelecido entre diferentes sistemas[3], cuja ação é materializada pelos textos culturais. Aqui, o texto deve ser entendido como qualquer arranjo sígnico edificado pela correlação estabelecida entre, no mínimo, dois códigos (LOTMAN, 1996), referentes a cada um dos sistemas colocados em relação.

Dessa forma, os sentidos gerados pelos textos culturais somente podem ser apreendidos quando se busca mapear as trocas que resultaram na sua edificação, como também os vínculos que eles são capazes de incitar. Inclusive, é por meio desse movimento que, segundo nossa hipótese, seria possível apreender quais são as

condições construídas pela própria cultura para que o efeito suasório seja produzido. Esse entendimento exige uma inversão quando da abordagem retórica, uma vez que a persuasão não se coloca como ponto de partida para a análise, tampouco ela é reduzida a um objetivo ou a um resultado a ser alcançado. São as relações entre os ambientes que constroem aquilo que denominamos uma "condição retórica" na cultura, em que persuadir adquire um caráter mais processual, colocando-se não como um resultado, mas como uma potência de mudança de crenças e hábitos.

Para procedermos a essa investigação, partiremos da discriminação semiótica do anúncio descrito anteriormente que, no âmbito de nossa análise, será considerado como um texto cultural, com o objetivo de delinear quais são os vínculos que ele edifica, pelos quais seria possível apreender como o contexto mais amplo da cultura pode redefinir determinadas práticas retóricas.

2 A Fronteira entre diferentes ambiências

Quando aludimos ao diálogo edificado entre diferentes meios, tal como ocorre na peça do canal HBO, nos reportamos à compreensão dos meios como ambientes. Conforme ressalta Marshall McLuhan, a "exteriorização" (McLUHAN, 1972, p.40) é a essência da tecnologia e implica a explicitação do sentido que foi distendido. Nesse processo, a dimensão percepto-cognitiva ocupa um lugar central, pois toda "exteriorização" gera, essencialmente, o estiramento da cognição diretamente relacionada ao órgão atingido por um determinado artefato, ocasionando uma série de consequências nas mais variadas esferas da sociedade e da cultura. É a conjunção desses efeitos que forma um determinado ambiente, ao passo que é o ambiente que define o meio. Tanto que, segundo McLuhan, "afirmar que qualquer tecnologia ou extensão do homem cria um novo ambiente é uma forma muito melhor de dizer o meio é a mensagem" (McLUHAN, 1969, p.31, tradução nossa)[4]. Longe de ser um mero "recipiente", o ambiente consiste em um "processo" (McLUHAN; STAINES, 2005, p.129) altamente complexo e dinâmico, formado por uma grande diversidade de serviços, formas associativas e modos específicos de perceber aquilo que é externo.

Na caracterização ambiental dos meios, McLuhan ainda delega um papel central para a linguagem. Para ele, todo meio edifica uma nova forma expressiva, constituída pelo diálogo com outras ambiências, pois, quando surge, uma extensão sempre parte da ressignificação das linguagens que a antecederam para construir uma nova, ao mesmo tempo em que promove a redefinição das formas representativas já existentes. Como a emersão de novas formas de linguagem consiste num dos efeitos gerados pela intromissão de uma tecnologia na cultura, logo, a linguagem também contribui para qualificar o ambiente, ainda que este não se limite apenas a ela (McLUHAN; McLUHAN, 2007). Entendidos pela perspectiva ecológica, diferentes meios subsistem sincronicamente na cultura e em constante interação, o que acarreta um vir a ser ininterrupto para os ambientes comunicacionais e para a própria linguagem, que são continuamente redefinidos à medida que surgem novos meios (McLUHAN; STAINES, 2005).

Visto dessa perspectiva, o anúncio veiculado pela HBO parece situar-se na fronteira entre diferentes meios. Segundo Lotman (1990), a fronteira distingue-se por uma ambivalência, pois ela tanto une quanto separa. Por meio dela, seria possível apreender o processo tradutório operacionalizado entre diferentes ambientes e das suas linguagens constitutivas e, ao mesmo tempo, reconhecer os traços que caracterizam cada uma deles como uma "personalidade" semiótica específica. Por isso, mais que falar que a peça em questão consiste num híbrido entre diferentes meios, interessa-nos pontuar o modo pelo qual, nela se estabelecem as fronteiras entre diferentes ambientes e linguagens para, então, buscarmos apreender os diferentes sentidos que ela é capaz de produzir. Dessa forma, nossa análise não se circunscreve apenas aos signos constitutivos que se apresentam mais evidentemente no anúncio, tampouco se volta para uma hermenêutica que visa desvelar um significado preestabelecido, mas busca discriminar as distintas linguagens e ambiências que a peça publicitária é capaz de colocar em interação.

Assim, a bidimensionalidade do *outdoor* e sua linguagem analógica (PIGNATARI, 2008), pautada por um *continuum* que não se deixa subdividir em unidades isoladas, extremamente direta no seu modo de comunicar, porém, carente de precisão, parece ser trabalhada na peça mediante o uso da imagem em movimento, em que a projeção conjunta de diferentes histórias impede a apreensão

de um dado preciso sobre o anunciante, ou, ainda, sobre cada uma das narrativas.

Todavia, enquanto meio, esse é apenas um aspecto a ser apreciado em relação ao *outdoor*, uma vez que ele não pode ser apreendido sem que se considere o diálogo que estabelece ora com o urbano, ora com a cidade. Isso acontece porque, ainda que estejam diretamente relacionados, um e outro podem ser entendidos como ambientes comunicacionais completamente distintos: enquanto o urbano busca estabelecer uma ordenação para os espaços do viver e para os deslocamentos, visando delegar à cidade uma linearidade que, em muito, se aproxima da lógica linear e abstrata instituída pelo código alfabético, a cidade promove uma distensão sensória mais ampla, o que faz que a sua apreensão ocorra mediante uma miríade de processos associativos e relacionais que vai muito além da linearidade instituída pelo urbano, visto que envolve saltos, vácuos, analogias e recursividade.

Comumente, pode-se dizer que o *outdoor* está mais diretamente vinculado com o urbano do que, propriamente, com a cidade. Sobretudo nos grandes centros, a decisão sobre os locais de colocação dos *outdoors* é definida tendo-se por base as grandes vias de deslocamento, previstas pelo plano urbanístico para estabelecerem uma mesma rota para o ir e vir. É por isso que a apreensão da cidade, via o urbano, ocorre por intermédio de uma abstração instituída por um programa pré-definido, que quase não admite outras possibilidades de interação que promovam um envolvimento perceptivo mais intenso dos usuários com o espaço. Além disso, principalmente por causa da mediação estabelecida pelo urbano, o *outdoor* impõe uma visualidade que se projeta sobre a percepção, que, em segundos, deve apreender o todo da mensagem, ainda mais se considerarmos que, na maioria das vezes, a sua recepção acontece em meio aos deslocamentos feitos por automóveis.

Distinto é o tipo de envolvimento suscitado pela peça veiculada pelo canal "HBO", pois, diferentemente do que ocorre com o *outdoor*, o diálogo que ela estabelece com a cidade é dominante. Antes de tudo, é preciso parar para observar a projeção, pois não é no deslocamento físico que ela deve e/ou pode ser apreendida. Ao contrário do que pode parecer à primeira vista, tal processo de recepção não se dá apenas mediante a visão. Ao buscar simular o que se passa em diferentes apartamentos de um edifício, os quais são separados por uma escada e alocados em diferentes andares, o anúncio constrói uma ideia de tridimensionalidade cuja

apreensão não ocorre por meio de um ponto de vista único, já que exige uma tateabilidade para perceber diferentes volumes e formas (Figuras 2 e 3). Conforme aponta McLuhan, é justamente essa tateabilidade que é potencializada pela cidade, sobretudo se considerarmos que, para ele, o tato implica, essencialmente, a junção de todos os demais sentidos, da qual decorre a possibilidade de constituição de outras capacidades cognitivas e relacionais[5].

Figuras 2 e 3 - Detalhes da projeção realizada pelo canal a cabo HBO

Fonte: Youtube

Cumpre ressaltar que aquilo que entendemos por cognição não se dissocia da percepção e da experiência, tal como Charles Sanders Peirce (1974) elucida ao definir os juízos perceptivos. Para ele, as formas de articulação do pensamento não se dissociam da maneira pela qual apreendemos aquilo que é externo. Assim, uma vez que toda extensão gera um profundo reordenamento sensório que, inevitavelmente, interfere no modo pelo qual os indivíduos percebem aquilo que lhes "chegam" pelos sentidos; então, não se pode igualmente desconsiderar como essa mudança intervém nos processos de articulação do pensamento, dada a estreita relação existente entre um e outro.

Por isso, nossa compreensão não se volta para a relação que se estabelece entre os sujeitos e a cidade, mas, sim, para uma cognição que seria edificada pela urbe e que também faz parte da sua caracterização ambiental. Pode-se dizer que enquanto na cidade idealizada pelo urbanismo ainda seria possível falar de uma cognição direcionada, essencialmente, para a decodificação dos signos nela projetados, no âmbito da cidade-meio, nos voltamos para diferentes formas

associativas e relacionais que, muitas vezes, tendem a ressignificar a própria ordenação instituída pelo urbanismo. Tais processos elucidam porque o ambiente comunicacional edificado pela cidade-meio não se confunde com uma imagem institucionalizada pelo urbanismo, o qual, em consonância com uma sintaxe específica, define previamente os significados que determinam formas de usos de espaços públicos, dos quais decorre uma prescrição coletiva para a fruição dessas espacialidades.

Assim, ao construir um edifício por meio da projeção de luz e colocar o receptor no lugar de um *voyeur*, que observa o que acontece a partir da posição que ele ocupa na própria cidade, a peça da HBO tende a ressignificar o espaço de circulação dos transeuntes, que deixa de ser meramente uma via de circulação urbana para ser um lugar de observação do outro, pelo qual se torna possível estabelecer outras correlações com o imaginário relacionado ao voyeurismo e ao filme *Janela Indiscreta*, filme do cineasta Alfred Hitchcok, produzido em 1954, ao qual a peça faz uma alusão direta.

Ainda no que diz respeito aos processos tradutórios presentes no anúncio, não se pode igualmente desconsiderar o modo pelo qual a peça interage com a simultaneidade que, segundo McLuhan, é um atributo central do ambiente edificado pela eletricidade. Para o autor, a velocidade distintiva da luz tende a romper com qualquer tentativa de estabelecimento de uma ordem sequencial para os acontecimentos, o que faz que a simultaneidade e a instantaneidade sejam dominantes do ambiente eletrônico. Por sua vez, é preciso que se apreenda a simultaneidade, essencialmente, como uma disposição cognitiva que é potencializada pelos meios eletrônicos, oposta à contiguidade e à linearidade do raciocínio características do ambiente da escrita (McLUHAN; STAINES, 2005).

Cumpre ressaltar que muitos daqueles que assistiram à projeção já haviam sido abordados durante o dia e, por isso, portavam uma espécie de "máscara" desenhada no formato em que o prédio foi desenhado, e que poderia ser colocada sobre os olhos. Dependendo da posição em que a "máscara" foi utilizada, outra história seria sobreposta ao prédio projetado, o que, por sua vez, amplia ainda mais as possibilidades associativas suscitadas pelo anúncio.

Também é possível verificar o modo pelo qual a projeção potencializa o tipo

de envolvimento distintivo do ambiente da eletricidade e da imagem televisual. Ainda que o seu formato seja muito mais próximo do cinema que, propriamente, da imagem eletrônica (composta por pontos luminosos cuja junção ocorre apenas na percepção daquele que a observa), nota-se que, pelo diálogo que estabelece com outros meios, sobretudo com a cidade, a peça gera um profundo envolvimento, ao incitar o usuário a fazer parte da própria cena, provocando aquilo que McLuhan afirma ser o "[...] senso de envolvimento total nas imagens [...]" (McLUHAN; STAINES, 2005, p. 254), característico da imagem eletrônica, ao mesmo tempo em que cabe a esse mesmo usuário, posteriormente, produzir a síntese daquilo que foi exposto, o que não significa chegar a um "juízo de valor" único e definitivo. A própria simultaneidade abre uma série de "lacunas" que devem ser completadas, pois a ausência de uma sequencialidade é "contrabalançada" pela necessidade de estabelecer equivalências ou analogias com base naquilo que foi apreendido, uma vez que a mensagem não se apresenta pronta e acabada para aqueles que interagem diretamente com ela.

Até mesmo por causa dessa diversidade de relações, é importante salientar que o processo comunicativo que o anúncio da HBO agencia vai muito além daquele previsto pelo diagrama espacial da comunicação, que restringe as relações comunicativas aos processos de transmissão de mensagens entre emissor e receptor. Segundo aponta McLuhan, "comunicar" implica lidar com as mudanças geradas na sociedade e na cultura em virtude da distensão sensória ocasionada pelo surgimento de um novo meio. Lidar com a imponderabilidade dos processos comunicacionais, por causa das transformações que distinguem o funcionamento dos ambientes, exige, assim, a consideração de diferentes variáveis que se interpõem no processo de constituição dos textos culturais e que, inclusive, não excluem a presença de uma memória cultural que se volta não apenas para o passado, mas que igualmente intervém no presente para gerar novos arranjos textuais (McLUHAN; STAINES, 2005).

É em meio a toda essa diversidade de relações tradutórias que se edificam tanto os sentidos produzidos quanto os recursos retóricos presentes na peça do canal HBO. Em especial, interessa-nos pontuar como esse processo parece redefinir determinadas práticas suasórias, pautadas não apenas pela ambiguidade do referente

da mensagem, como também, pela própria articulação persuasiva da peça, que não se mostra com clareza. É justamente essa outra forma de articulação retórica que, do nosso ponto de vista, ganha uma configuração também "ambiental", uma vez que ela somente adquire sentido quando em relação com o contexto mais amplo da cultura.

3 O Sensório e a edificação de uma "memória comum"

Em virtude da compreensão daquilo que se entende por comunicar no âmbito dos meios, que passa a abarcar processos bem mais abrangentes que não se restringem ao binômio emissor-receptor, dos quais decorre a própria redefinição das práticas suasórias, então, nos cabe indicar de qual perspectiva a retórica será abordada. Isso porque, a nosso ver, ela não pode ser dissociada da discussão mais ampla que envolve os processos de edificação de novas mensagens na cultura, ou seja, aquelas geradas por meio das trocas realizadas entre diferentes esferas. Tal abordagem vai ao encontro da própria definição conferida por Lotman à retórica, ao situá-la "[...] como teoria do pensamento criador." (1996, p. 131, tradução nossa)[6]. Com isso, o autor confere a ela uma função essencialmente cognitiva, voltada para a compreensão do modo pelo qual as linguagens se transformam continuamente mediante os processos tradutórios, o que exige, igualmente, a revisão contínua da maneira como a retórica se elabora enquanto um discurso sobre outro discurso.

No processo de constituição de novos textos e, em especial, na articulação das práticas retóricas, além da fronteira instituída entre diferentes ambiências, a memória cultural exerce um papel essencial. Não há como nos reportarmos ao processo de enunciação inerente à constituição dos enunciados retóricos na esfera dos meios sem nos reportarmos a ela. Pela perspectiva desenvolvida pelos semioticistas da cultura, a memória não se circunscreve apenas à função de armazenar as informações de uma coletividade. Paralelamente à existência de uma memória informativa, Lotman acentua a existência de uma memória criativa, responsável pela edificação de novos textos na cultura. Porém, para exercer essa função, a memória necessariamente precisa estar em correlação com outros textos culturais, pois é apenas pelo diálogo que a consciência criadora da cultura se faz atuante (LOTMAN, 1996).

Em especial, na formação dos textos retóricos, é preciso levar em conta a necessidade de compartilhamento de uma memória textual comum com o auditório, pelo qual se torna possível apreender, dentro de uma determinada esfera comunicativa, a orientação a um determinado tipo de memória (LOTMAN, 1996). Inclusive, esse é um aspecto chave para apreendermos que outro papel é delegado ao auditório quando visto do aspecto ambiental da retórica. Se a abordagem usual enfatiza a necessidade de conhecer o sistema de crenças do público para que se possa interagir com ele e, assim, levá-lo a aderir a um determinado ponto de vista, Lotman acentua a existência de uma memória textual que se faz presente no processo de enunciação, a qual é responsável pela mediação entre os sistemas envolvidos no processo comunicativo. Ou seja, não se trata apenas de apropriar-se dos valores do outro com o intuito de persuadi-lo acerca de uma dada questão, mas, sim, de considerar o contexto mais amplo da cultura e os textos culturais que são "compartilhados" por uma dada coletividade e que são "ativados" por meio da ação tradutória potencializada pela fronteira semiótica. Dessa forma, quando vista pelo viés comunicativo da cultura, a memória constitui-se como uma propriedade intelectual vinculada à própria formação textual da cultura, ao invés de subsistir apenas como um atributo dos sujeitos envolvidos com as trocas comunicativas.

Nesse processo, não há como desconsiderar de que forma os meios, ao redefinirem o modo como os indivíduos apreendem e processam as informações presentes na cultura, contribuem para a constituição de um determinado tipo de memória ou tipo de cultura (LOTMAN, 1996) que, inevitavelmente, se interpõe no processo de enunciação e, em decorrência, na constituição de uma "situação retórica" na cultura.

Retomando a peça veiculada pelo canal HBO, nota-se como ela agencia todo um sensório relacionado a diferentes ambiências e que já se encontra repertoriado por uma memória compartilhada pela coletividade para a qual a mensagem é direcionada. Em outras palavras, o anúncio busca interagir com um usuário cuja percepção já "entrou em contato" com diferentes ambiências que, conforme foi especificado, envolvem a cidade, o urbano, o cinema e os meios eletrônicos. Inclusive, é por meio dessa memória que tal usuário se torna capaz de apreender as diferentes relações associativas que a peça suscita, pois, por fazer parte da

"gramática" dessas diferentes ambiências, pode-se dizer que ele se transforma, igualmente, num texto que se coloca em interação com outros textos culturais, tal como prevê a abordagem pragmática da cultura segundo os teóricos da ETM (LOTMAN, 1996).

Segundo esse ponto de vista, longe de ser um mero decodificador de textos, o receptor também consiste num texto que operacionaliza a tradução de outros arranjos sígnicos. Uma das formas de compreensão desse processo se dá justamente quando o usuário se "insere" numa determinada memória comum que, no âmbito dos meios, envolve a dimensão percepto-cognitiva que é distendida por um determinado aparato tecnológico. É por isso que o receptor não apenas faz parte da cena construída pela projeção feita pelo canal HBO, como também é por meio do seu sensório que o anúncio se "completa", ao mesmo tempo em que há a edificação de um novo tipo de arranjo textual. Em conformidade com a perspectiva ecológica de estudo das extensões, tal dimensão percepto-cognitiva funcionaria como uma espécie de fronteira pela qual seria possível apreender não apenas o diálogo entre diferentes esferas, mas também a delimitação de um determinado tipo de memória.

4 A Redefinição da ideia de "persuadir" e a "condição retórica da cultura"

Ainda que a persuasão não tenha sido tomada como ponto de partida para nossa análise, tal abordagem não exclui a sua discussão. Porém, ela ganha outra perspectiva que, necessariamente, passa pela compreensão do funcionamento dos meios, aliada ao sensório e à memória comum. Por isso, faz-se necessário apontar os principais desdobramentos referentes ao modo pelo qual os processos persuasivos podem ser apreendidos em conformidade com essa outra perspectiva, a começar pela própria compreensão daquilo que significa persuadir segundo essa outra perspectiva.

É importante destacar que o debate sobre a persuasão não é novo. Mesmo no âmbito do discurso verbal, não foram poucos os autores (REBOUL, 2004; PERELMAN, 2004; BARTHES, 2001) que se dedicaram ao tema. Boa parte dessas discussões envolve a dicotomia existente entre convencer e persuadir, pois enquanto a primeira estaria voltada para o assentimento racional, a segunda seria direcionada à volição. Tal como afirma Perelman (2004), quando nos atemos aos resultados

gerados por um e outro, nota-se como a persuasão vai além do convencimento, pois ela acrescentaria a ele o vigor necessário para que a anuência a uma ideia levasse a uma ação que, em última instância, produziria uma mudança de comportamento.

O vínculo existente entre o resultado esperado pelo processo persuasivo e a ação também foi abordado por McLuhan. Em especial, numa citação que nos é muito cara, o teórico faz a seguinte observação: "[...] retórica trata essencialmente de relações externas bem como internas [...]"[7] e, mais adiante, complementa "a obra retórica objetiva produzir uma ação." (1944, p.268, tradução nossa)[8]. Ao indicar que a retórica se volta para aquilo que é externo, McLuhan enfatiza o caráter essencialmente comunicativo do exercício suasório, no qual se observa, por parte dos enunciados, o intuito de gerar um desdobramento futuro. Com isso, é possível pressupormos que o "resultado" esperado pela retórica não se circunscreve à simples adesão a uma ideia, como muitas vezes se enuncia, pois envolve algum efeito mais amplo.

Juntamente com esse aspecto, também é preciso recolocar a questão quando o processo comunicativo não é considerado pelo binômio emissor-receptor, mas, conforme dito anteriormente, envolve as transformações socioculturais geradas pelos meios. Segundo temos pontuado, pela perspectiva epistemológica e ecológica que abrange os meios, a concepção de auditório é substituída pela cognição vinculada a uma determinada ambiência. Da mesma forma, é preciso que se considere o modo pelo qual a ação gerada pelo texto retoricamente articulado pode ser ressignificada por cada ambiente comunicacional, o que impede que tal ação seja planificada indistintamente.

Num texto em que discute a causalidade no ambiente eletrônico, McLuhan faz a seguinte afirmativa: "A ação é a lacuna. Não há 'coisas, apenas processos." (McLUHAN; NEVITT, 1973, p. 9, tradução nossa)[9]. Situar a ação como uma lacuna, em que o processo e a diversidade de modos de apreensão se colocam de maneira mais importante que um eventual resultado, elucida a ação exercida por ambientes comunicacionais que tendem a suscitar a constituição de vínculos associativos em meio à descontinuidade, uma vez que, nesse cenário, o raciocínio não é mais operacionalizado pelos nexos lógico-causais característicos do ambiente da escrita.

Tal condição pode ser entendida por aquilo que McLuhan define como espaço acústico ou audio-tátil. No âmbito do pensamento desenvolvido pelo teórico canadense, a questão relativa à condição oral não implica a existência de algo a ser ouvido, mas designa, antes de mais nada, a esfera percepto-cognitiva vinculada ao ambiente da oralidade, situação essa que, segundo o autor, é retomada pela eletricidade e por outras ambiências que tendem a distender diferentes sentidos, ainda que de outro viés. Se, então, fazemos remissão a esse contexto neste artigo, é porque entendemos que ele oferece um caminho de discussão sobre os significados que a persuasão adquire quando nos voltamos para a compreensão de ambientes que tendem a potencializar diferentes capacidades relacionais ou, ainda, para textos culturais que se constituem na fronteira entre diferentes ambiências, tal como ocorre com a peça do canal HBO.

Segundo o autor (2005), a simultaneidade do curso das informações é característica de um mundo acústico e auditivo, ainda que nada haja para ser ouvido. O ouvido é bem menos especializado que o olho, pois não seleciona as informações presentes no ambiente, ao contrário da visão: "a característica essencial do som não é a sua localização, mas que seja, que encha o espaço." (CARPENTER; McLUHAN, 1974, p. 89). Com isso, as informações produzidas por diferentes instâncias da cultura tendem a envolver os indivíduos por diferentes canais sensórios, fazendo que a cognição desenvolvida nesse cenário passe a ser necessariamente outra, distinta do ponto de vista relacionado ao verbal, porque abarca um campo de percepção (CAVEL, 2002) constituído por diferentes possibilidades de focalização.

Ao mesmo tempo, seria por meio desse "campo" que poderíamos apreender o modo pelo qual a diversidade de relações que distinguem o espaço acústico levaria à edificação de uma "condição retórica" na cultura. Tal ação pode ser entendida pela necessidade de correlacionar a diversidade de informações existentes, o que exige a consideração da variedade de campos e ambientes colocados em relação.

Quando nos referimos à edificação de uma "condição retórica" na cultura, estamos retomando o diálogo com a abordagem retórica da cultura desenvolvida pelos teóricos da ETM. Segundo Lotman (1996) existem períodos culturais orientados quase que exclusivamente para a constituição de textos retóricos, a ponto

de contaminar não apenas aqueles considerados essencialmente poéticos, como também as mais diversas formas de produção discursiva, até mesmo as mais prosaicas, tal como a publicidade.

Um texto retoricamente articulado implica, necessariamente, a presença do tropo. Comumente, o tropo é definido pela substituição de uma unidade semântica por outra, na qual um signo "presente" num determinado arranjo sígnico mantém relações de equivalência com um signo "ausente", o que possibilita a translação de um significado a outro. Historicamente, a metáfora e a metonímia foram os principais tropos estudados pela retórica.

Contudo, de acordo com a perspectiva desenvolvida por Lotman, o tropo ganha uma dimensão muito mais ampla na cultura, uma vez que não se restringe à simples troca de uma coisa por outra, circunscrita ao campo restrito do código verbal. A especificidade do novo texto reside no fato de que os extratos que foram correlacionados não possuem as mesmas propriedades, já que pertencem a diferentes sistemas culturais. Isto ocorre porque todo tropo consiste numa analogia, em que a parte de um texto é combinada ou justaposta com a parte de outro, de maneira que ambas passam a coexistir sincronicamente numa nova ordenação sígnica.

Aqui, não há como desconsiderarmos definição desenvolvida por Paul Valéry sobre o funcionamento da analogia. Ao defini-la como a "[...] faculdade de variar as imagens, de combiná-las, de fazer que a parte de uma coexista com a parte da outra e de perceber, voluntariamente ou não, a ligação de suas estruturas [...]" (1998, p.23), Valéry explicita não apenas um traço que distingue a ordenação compositiva da analogia, mas indica como, no processo de "variar as imagens", é possível apreender outras relações entre os estratos que não foram aproximados, uma vez que, numa mensagem retoricamente articulada, é a "totalidade" dos textos colocados em relação que é ressignificada pelo novo arranjo sígnico.

Em conformidade com essa perspectiva, o anúncio para o canal a cabo HBO pode ser entendido como um texto retoricamente articulado justamente pela diversidade de analogias que compõe o seu arranjo sígnico. Tais analogias podem ser apreendidas pelas fronteiras estabelecidas entre as diferentes linguagens constitutivas da peça, como também, pelas equivalências tradutórias ali materializadas. Estas se edificam quando da ausência daquilo que Lotman indica ser

um "algoritmo dado de antemão" (1996, p. 65, tradução nossa)[10] que estabelece, previamente, um padrão para a relação tradutória. Com isso, cria-se a necessidade de estabelecer a correlação entre o extrato de um sistema que, em alguma medida, seja equivalente a outro, tal como foi apontado anteriormente quando da discriminação semiótica da peça.

Por outro lado, quanto mais o movimento da cultura potencializa o "encontro" entre diferentes sistemas, mais se criam as condições para a edificação de textos retoricamente articulados por meio de analogias. É nesse sentido que entendemos como a dimensão acústica da cultura tende a fomentar aquilo que indicamos ser uma "condição retórica da cultura" que se caracteriza, essencialmente, por uma tendência de ação dos ambientes voltada para a constituição de novos arranjos textuais.

Ainda segundo McLuhan, nesse cenário, a capacidade de perceber deve ir além da faculdade de apreender. Em outras palavras, a diversidade de fronteiras que formam os textos exige uma alta capacidade relacional para perceber, mediante o envolvimento sensório, as mais variadas analogias construídas pela aproximação estabelecida entre distintos ambientes. Nesses casos, não há como conferir à constituição dos arranjos sígnicos o mesmo grau de univocidade daqueles elaborados com um fechamento composicional que permita apreender um resultado "único" para o processo comunicativo. Ou, ainda, que leve a afirmar que o objetivo retórico-persuasivo da mensagem foi alcançado, tal como comumente ocorre quando um anúncio leva o consumidor a se decidir pela compra do objeto anunciado. Conforme pontuamos anteriormente, ainda que toda mensagem retoricamente articulada objetive produzir uma ação, esta pode adquirir as configurações mais variadas, dependendo da situação dada pelo contexto comunicacional mais amplo. Com isso, o ato de "descobrir" a coexistência de distintos níveis num texto torna-se muito mais importante que alcançar um "resultado" (McLUHAN; STAINES, 2005). Por isso, no caso de textos entrelaçados por distintas fronteiras e constituídos por analogias, pode-se dizer que a ação ou efeito persuasivo envolve, antes de mais nada, o processo referente à necessidade de preencher as "lacunas" presentes no próprio arranjo sígnico. Ao mesmo tempo, tais lacunas apenas são capazes de serem "respondidas" quando se busca apreender a "condição retórica" edificada pela

relação estabelecida entre diferentes ambiências.

Assim, em conformidade com essa perspectiva, a análise retórica jamais poderia se limitar àquilo que se mostra de forma mais aparente numa mensagem, uma vez que ela deve mapear: as condições edificadas pelos ambientes que levaram à formação de um determinado arranjo sígnico, o tipo de ação que essa "condição retórica" tende a produzir e a memória comum que o texto é capaz de ativar. Com isso, a própria publicidade, comumente definida como um sistema que exerce uma função eminentemente utilitária na cultura, dado que objetiva promover o consumo, também pode ser contaminada por essa "condição retórica", da mesma forma que o traço retórico que a define sofre profundas transformações, visto que a utilização do tropo deixa de ter a finalidade exclusiva de persuadir com vistas a incitar a compra do objeto anunciado, mas passa a desempenhar um importante papel na expansão de diferentes capacidades relacionais.

Por fim, quando nos referimos à edificação de uma "condição retórica" na cultura, estamos, de certo modo, retomando uma das definições historicamente conferidas à retórica, ou seja, a faculdade de descobrir aquilo que, numa dada situação, pode ser usado para persuadir. O termo "faculdade" remete à potência ou possibilidade e, segundo Aristóteles, "potência" é definida como "princípio ou possibilidade de uma mudança qualquer" (ABBAGNANO, 2000, p. 782). Mais que persuadir por meio da defesa de um determinado ponto de vista edificado por um raciocínio formal, a compreensão da esfera acústica da cultura parece apontar para uma ação que, necessariamente, envolve um processo relacional que produz uma síntese futura, indicando assim uma possibilidade de mudança de crenças e hábitos.

Essa síntese poderia sugerir a constituição de uma afirmativa extremamente efêmera, ainda mais quando a contrapomos ao padrão de conhecimento edificado no ambiente da impressão. Porém, é preciso entendê-la, primeiramente, como o interpretante que apenas se edifica mediante um sensório capaz de estabelecer diferentes vínculos, do qual também decorre a produção de um conhecimento, mas que não se articula de forma conclusiva.

Dessa forma, no âmbito da peça veiculada pelo canal HBO, as diferentes fronteiras que a constituem parecem ressignificar o caráter "agonístico" e dialógico que caracterizou a constituição da prática retórica na esfera da ágora Grega, ainda

que de outro aspecto[11]. Não se trata mais de buscar um resultado, mas sim, o confronto com a maneira pela qual as informações são modelizadas num dado ambiente comunicacional, suscitando uma outra "prática" relacional e responsiva no auditório/ memória, que é constantemente solicitado a compor as mensagens e correlacioná-las ao ambiente mais amplo da cultura. Esse vaivém relacional tende, igualmente, a potencializar a disposição cognitiva diretamente relacionada ao processo argumentativo, porém, tal desempenho não mais se circunscreve ao âmbito de um pensamento logicamente articulado, visto que pressupõe configurações sígnicas pautadas por ambiguidade e resistência. Por isso, um dos desafios que se coloca para uma retórica dos meios diz respeito à necessidade de apreender o modo pelo qual, ao redefinir o sensório, uma extensão promove, igualmente, a reordenação das formas de articulação dos raciocínios, uma vez que é com base neles que as práticas retóricas ganham concretude na cultura.

5 Considerações finais

Mais uma vez, cumpre chamar a atenção para o foco da nossa inquietação: o modo pelo qual a constituição das mensagens persuasivas pelos ambientes comunicacionais pode redefinir as práticas retóricas, como também, aquilo que se entende por persuadir num determinado contexto comunicacional. Trata-se de uma perspectiva de análise que visa acompanhar a semiose do exercício suasório, que pode adquirir as configurações mais variadas, tendo em vista o próprio devir dos meios na cultura.

Segundo os semioticistas da cultura, a configuração de um determinado arranjo sígnico e os sentidos que ele gera na cultura não podem ser apreendidos sem que se considere a relação que ele estabelece com outras esferas culturais. Logo, não se pode desconsiderar como tais relações intervêm na constituição de um determinado efeito retórico. Por isso, mais que falar de uma retórica do texto, nos voltamos para uma retórica da cultura, pois é apenas por meio de um conjunto de relações que, inclusive, envolve o próprio auditório/texto, é que se torna possível apreender o que implica persuadir num determinado contexto comunicativo.

Isso impossibilita que os critérios válidos para a análise retórica de um determinado contexto sejam meramente transferidos para outro, o que não impede que eles sejam retomados e confrontados com uma dada configuração sígnica para que, então, seja possível apreender o que se altera e o que persiste quanto à linguagem e às práticas retóricas observadas em relação a outro contexto. Por esse motivo, antes de mais dada, faz-se necessário proceder a discriminação semiótica de uma determinada configuração textual por meio das suas fronteiras para, posteriormente, verificar quais aspectos devem ser considerados tendo em vista o efeito retórico produzido.

Nesse sentido, a abordagem retórica não pode ser dissociada da discussão mais ampla que envolve os processos de edificação de novas mensagens na cultura, ou seja, aquelas geradas por meio das trocas edificadas entre diferentes esferas. Isso não exclui a função que, historicamente, foi delegada à retórica, ou seja, relativa à persuasão. Porém, o viés persuasivo deve ser estudado sempre em relação ao processo de edificação de novos textos. Ou seja: é preciso trazer a dinâmica da cultura para análise e interpretação retórica.

Referências

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BARTHES, Roland. **A Aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CARPENTER, Edmund; McLUHAN, Marshall. **Revolução na comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

CAVELL, Richard. **McLuhan in space**: a cultural geography. Toronto: University of Toronto Press, 2002.

LOTMAN, Iuri. The Notion of boundary. In: _____. **Universe of Mind**: a semiotic theory of culture. Bloomington, Indianápolis: Indiana University Press, 1990.

McLUHAN, Marshall. **Contraexplosão** (design de Harley Parker). Buenos Aires: Paidos, 1969.

_____. **A Galáxia de Gutemberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Cia Editora Nacional, Editora da Universidade de São Paulo, 1972.

_____. Poetic vs. rhetorical exegesis: the case for Leavis Against Richards and Empson. **The Sewanee Review**, v. 52, n.2, p. 266-276, 1944.

_____. **La Semiosfera I**: semiótica de la cultura e del texto. Madrid: Ediciones Frónesis Cátedra Universitat de Valencia, 1996.

McLUHAN, Marshall ; McLUHAN, Eric. **Laws of media**: the new science. Toronto: University of Toronto Press, 2007.

McLUHAN, Marshall ; NEVITT, Barrington. The Argument: causality in the eletric world. **Techonology and culture**, v.14. nº 1, pp.1-18, 1973.

McLUHAN, Stephanie ; STAINES, David (Orgs.). **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MONTAGU, Ashley. **Tocar.** O Significado Humano da Pele. Trad. de Maria Sílvia Mourão Netto. 5ª edição. São Paulo: Summus, 1998.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos coligidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

PERELMAN, Chaim. **Retóricas**. São Paulo: Martins Fontes. 2004.

PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. Cotia: Ateliê Editorial, 2008.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. São Paulo, Martins Fontes, 2004.

VALÉRY, Paul. **Introdução ao método Leonardo Da Vinci**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

The Media and the establishment of a "rhetoric condition" of culture

Abstract: This article aims to discuss the means by which modelling of persuasive messages by communicational environments redefine rhetorical practices, but also what is meant by persuading in a certain communicational context. Based on the systemic understanding of culture formulated by Tártu-Moscow School theorists and the environmental media definition according to Marshall McLuhan, we proceed the semiotic discrimination of advertising by HBO cable channel, in order to indicate how their rhetoric articulation cannot do without regarding the sign border built between different ambiences. Thus, conditions are created for the establishment of a "textual" common memory that is shared by an audithorium/text, as well as a "rhetorical" condition, characterized by a highly responsive and relational practice, by which the rhetorical-persuasive effect is produced.

Keywords: Rethoric. Communicational environment. Semiotic border. Persuasion.

---

[1] Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no GP Semiótica da Comunicação, ocorrido durante o XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2012.

[2] Constituída na década de 1960, na Universidade de Tártu, na Estônia, a ETM destaca-se pelo desenvolvimento de uma teoria semiótica da cultura, cujo principal objeto de análise foram os sistemas semióticos e a interação existente entre eles, pelos quais é possível detectar não apenas o movimento da cultura, mas, sobretudo, a contínua reordenação dos códigos e das linguagens que a constituem.

[3] Teatro, cinema, literatura, folclore, mito e religião foram alguns dos sistemas estudados pelos pesquisadores da escola de Tártu. Porém, a abordagem epistemológica apontada por eles nos permite ampliar o foco de discussão dos sistemas para outras esferas, como os meios.

[4] No original:"Afirmar que cualquier tecnologia o extensión del hombre crea un nuevo ambiente, es una forma mucho mejor de decir el medio es el mensaje."

[5] De acordo com Ashley Montagu, tanto a pele como o sistema nervoso central se originam da ectoderme, a mais externa camada dos três conjuntos de células embrionárias. Posteriormente, na formação do embrião, o sistema nervoso torna-se a parte do corpo embrionário que se volta para o interior, ao passo que a pele e seus derivados (pelos, unhas e dentes) se colocam como sua porção externa: "o sistema nervoso é uma parte escondida da pele ou, ao contrário, a pele pode ser considerada como a porção exposta do sistema nervoso." (MONTAGU, 1988, p. 23) . E, como todos os sentidos encontram-se diretamente vinculados ao sistema nervoso e como ele consiste na parte interna da pele, logo, para McLuhan, o tato envolve todos os demais sentidos.

[6] No original:"[...] como teoria del pensamiento creador."

[7] No original: "rhetoric is essentially an affair of external, as well as internal, relations."

[8] No original: "A rhetorical work is for the sake of producing action."

[9] No original: "the action is in the gap. There are no 'things, only processes."

[10] No original: "algoritmo dado de antemano."

[11] Em nossa pesquisa de pós-doutorado, discutimos mais detalhadamente como os ambientes podem intervir na constituição dos resultados esperados pela prática retórica. Para tal, buscamos estabelecer a contraposição entre o exercício suasório praticado na Grécia Antiga e aquele exercitado na esfera da comunicação massiva. Em ambos os casos, observa-se como cada ambiente comunicacional interveio decisivamente na constituição dos enunciados e nas respostas geradas em cada contexto que, no

primeiro, se relacionava à esfera da ágora e da oralidade e, no segundo, à linearidade dos processos transmissivos. À concepção agonística do primeiro contrapõe-se a perspectiva autoritária do segundo, em que persuadir se confunde com silenciar o outro. Entendemos que, pela disposição cognitiva potencializada pela dimensão ambiental que envolve a cidade e os meios elétricos, seria possível retomar alguns aspectos distintivos do viés agonístico que caracterizou o embate retórico no âmbito da ágora.

Recebido: 11/05/2013
Publicado: 19/12/2013

CC BY