

## UMA RETÓRICA PARRHÉSICA? –ENQUADRAMENTO DE DUAS PRÁTICAS RETÓRICAS CONTEMPORÂNEAS<sup>1</sup>

### A PARRHESIC RHETORIC? –AN APPROACH TO TWO CONTEMPORARY RHETORICAL PRACTICES

### UNA RETÓRICA PARRHÉSICA: UNA PROPUESTA DE DOS PRÁCTICAS RETÓRICAS CONTEMPORÁNEAS

Samuel Mateus  
Universidade da Madeira  
(Portugal)  
samuelmateus@uma.pt

#### Resumo

O dizer-tudo ou franco-falar (*parrhesia*) chama-nos a atenção para a necessidade de definir as fronteiras da retórica. Na concepção clássica, *parrhesia* e a retórica colocavam-se como actividades discursivas incompatíveis entre si. No entanto, algumas actividades comunicacionais marcadamente modernas vieram reconfigurar este espaço de mútua anulação. Perante as transformações que a retórica sofreu com a intensificação da mediatização urge equacionar o grau de influência entre retórica e *parrhesia*. No que se segue, descreve-se um espaço hodierno de recíproca afectação entre retórica e *parrhesia*. Por um lado, a *parrhesia* aparenta manifestar-se retoricamente no discurso publicitário através da sua inclusão enquanto tropo retórico, sendo inclusivamente uma figura indispensável da elocução retórica do ponto de vista do *pathos*. Por outro lado, a *parrhesia* parece manifestar-se na própria prática profissional e deontológica do jornalismo como um tipo de discurso intrínseco à própria legitimidade do jornalista. Deste modo, sublinha-se a possibilidade de uma retórica de pendor parrhésico.

**Palavras-Chave:** *Parrhesia* – Retórica – Retórica da Publicidade – Retórica do Jornalismo.

#### Abstract

The free-speech or to speak boldly (*parrhesia*) calls our attention to the need to define the boundaries of rhetoric. In the classical conception, *parrhesia* and rhetoric were placed as discursive activities incompatible with each other. However, some distinctly modern communication activities have changed this space of mutual impossibility. Given the changes that rhetoric has suffered with mediatization, it is urgent to ponder the degree of influence between rhetoric and *parrhesia*. This paper describes today's reciprocal influence between rhetorical and *parrhesia*. On the one hand, *parrhesia*

---

<sup>1</sup> Este artigo constitui uma versão desenvolvida e revista da comunicação apresentada nas Jornadas de Reflexão “Retórica e Parrhesia” do Grupo de Trabalho de Retórica da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM) a 21 de Dezembro de 2015.

appears to manifest itself rhetorically in advertising discourse as a rhetorical trope and being an indispensable figure of elocution from a *pathos*'s point of view. On the other hand, *parrhesia* seems to manifest itself in the professional and ethical practice of journalism as a kind of intrinsic speech that legitimizes journalist activity. Thus, the paper emphasizes the possibility of a Rhetoric of Parrhesic effect.

**Keywords:** *Parrhesia* – Rhetoric – Advertising Rhetoric – Rhetoric of Journalism.

### Resumen

El “decirlo todo” o el “hablar con franqueza” (*parresia*) nos obligan a la necesidad de definir los límites de la retórica. En la época clásica tanto la *parresia* como la retórica eran actividades discursivas incompatibles entre si. No obstante, algunas actividades comunicativas modernas vinieron a reconfigurar este espacio de mutua exclusión. Ante las transformaciones que la retórica sufrió con la intensificación de la mediatización urge evaluar el grado de influencia entre la retórica y la *parresia*. En este artículo se describe un espacio contemporáneo de reciproca asignación entre retórica y *parresia*. Por un lado, la *parresia* aparenta manifestarse retóricamente en el discurso publicitario a través de su inclusión como tropo retórico, siendo incluso una figura indispensable de la elocución retórica del punto de vista del *pathos*. Por otro lado, la *parresia* parece manifestarse en la propia actividad profesional y deontológica del periodismo como un tipo de discurso intrínseco a la propia legitimidad del periodista. De este modo, se remarca la posibilidad de una retórica de inclinación parrésica.

**Palabras clave:** *Parresia* – Retórica – Retórica de la publicidad – Retórica del periodismo.

### INTRODUÇÃO

“Iluminismo é a saída do homem da sua menoridade de que ele próprio é culpado” (Kant, 1784). Nesta simples afirmação podemos constatar o impacto retórico que Kant atribui ao Esclarecimento colocando a emancipação precisamente na capacidade do individuo tomar a palavra e falar, não já do ponto de vista de quem está imerso numa ordem social, mas do ponto de vista de quem fala por si próprio. Esta ideia é perfeitamente clara se considerarmos o original alemão: “Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbst verschuldeten Unmündigkeit”. “Selbst verschuldete Unmündigkeit” traduz-se literalmente como uma imaturidade ou tutela auto-imposta mas pode ser percebido em inglês por: “self-caused inability to speak for himself/herself” (Haase, 2007: 1), isto é, uma incapacidade do indivíduo de falar por si próprio e de colocar corajosamente a sua voz no mundo sem ajuda de terceiros.

É nesta explicação do Iluminismo como viragem do indivíduo em direção à auto-determinação que nos deparamos com a relação entre liberdade e retórica.

“Unmündigkeit” é aqui a palavra-chave. Se a entendermos retoricamente como uma inaptidão em usar da palavra em nome próprio e de forma isenta de dependência, é fácil estabelecer a ligação entre emancipação, liberdade de expressão e retórica (Haase, 2007: 1). E fica igualmente patente a importância da retórica como recurso para a liberdade de expressão. No *Areopagitica* (1644), o próprio John Milton já havia defendido a liberdade de expressão (livro) associando-a à liberdade de pensamento (razão). A célebre citação testemunha-o: “Unless wariness be used, as good almost kill a man as kill a good book; who kills a man kills a reasonable creature, God's image; but he who destroys a good book, kills reason itself”. Com efeito, retórica e liberdade encontram-se num duplo abraço: uma defesa das liberdades fará uso da retórica vista enquanto técnica persuasiva; e por outro lado, a livre circulação de ideias nas sociedades obedece a uma retórica da partilha e da comunhão que fomenta os processos de comunicação.<sup>2</sup>

É a esse nível que importa discutir a liberdade de expressão enquanto *parrhesia*. Essa *oratio libera* ou “dizer-tudo” chama-nos a atenção para a necessidade de definir as fronteiras da retórica. Ou dito de outro modo, é importante equacionar qual o grau de intensidade que a retórica permite à liberdade de dizer, ao criticismo, ou à franqueza do “falar verdade”. Neste artigo, interrogamos o lugar reservado à *parrhesia* no dispositivo retórico. Procuramos olhá-la, não tanto como procedimento discursivo mas como uma categoria que delimita a prática retórica e que pode ser observada a partir dos seus riscos e potencialidades. Porém, de que modo se pode falar em retórica parrhesiana: devemos vislumbrar a *parrhesia* enquanto modalidade crítica que se inscreve no *modus operandi* da prática retórica servindo-a, ou, pelo contrário, perspetivar a retórica como uma técnica antagónica à *parrhesia* que a contamina e a esfalece?

Com vista a iniciar um percurso de resposta a estas questões, temos de começar por aprofundar o debate acesso entre franqueza e persuasão. Seguidamente, procedemos a um enquadramento do uso da *parrhesia* na retórica e identificaremos dois domínios contemporâneos da comunicação onde melhor se as constatarem. Concluimos salientando a possibilidade de uma retórica de pendor parrhésico.

## **PARRHESIA E RETÓRICA: ENTRE A FRANQUEZA E A PERSUASÃO**

---

<sup>2</sup> A própria noção de “liberdade” configura uma definição retórica. Naturalmente, autores tendem a repudiar a retórica confinando a liberdade ao domínio do facto e da lógica. Mas isso não destrói a evidência da afinidade entre razão e expressão.

Um dos mais salientes atributos da retórica é a sua natureza influente. Trata-se, porém, de uma preponderância de tipo especial uma vez que se assume como não-coerciva. É a natureza persuasiva que distingue claramente a actividade retórica de outras práticas de influência que habitam as sociedades humanas. A palavra latina *suadeo* que significa persuadir ou exortar encontra na mesma raiz etimológica Indo-Europeia a palavra *suavis* (doce) enfatizando como a influência retórica não precisa de ser violenta para ser eficaz. Pelo contrário, é o seu carácter insidioso, discreto e sedutor, por vezes traindo um discurso agradável e afectuoso que precisamente caracteriza a persuasão. Por outro lado, convencer implica um fazer acreditar (cf. Reboul, 1998: XV) que, em última análise, significa uma conquista que fazemos ao entendimento alheio. *Convecere* tem, em latim, o sentido de derrotar ou de vencer completamente o adversário.

Persuasão ou convencimento, nenhuma das palavras faz jus ao que se joga na *parrhesia*. Pois, como afirma Foucault (1983), na *parrhesia* o orador escolhe livremente utilizar a franqueza e a sinceridade em oposição à instilação persuasiva. Assim, à primeira vista nada de mais contrário do que retórica e *parrhesia*: a primeira o domínio da persuasão, da influência ou da dissimulada indução; a segunda, o domínio da abertura, do discurso franco, da crítica magnânima que visa aprimorar o outro ao mesmo tempo que beneficia o orador.

Dir-se-ia, então, que a arte retórica proíbe a *parrhesia* ao optar pela persuasão face ao franco-falar. O retor não será, deste modo, um parrêsiasta mas um orador que, ao pretender impor uma crença ao auditório, age de acordo com um regime persuasivo. Na tradição socrático-platónica, especialmente em *Fedro* e em *Górgias*, retórica e *parrhesia* encontram-se em amplo confronto (Foucault, 1983) entre o *logos* discursivizador da Verdade e os simulacros retóricos que simulam uma relação com as Ideias mas que são apenas pálidas cópias ou imitações. Falar ou explicar a verdade (*parrhesiazomai*) é uma qualidade a que os sofistas não têm acesso. Na medida em que lidam com lisonja e bajulação, a sinceridade encontra-se fora do seu horizonte retórico.

Embora relacionadas, retórica e *parrhesia* distinguem-se quanto à sua organização: a retórica é planeada, artificial e objecto de intensa preparação (basta pensar nos cinco cânones), enquanto a *parrhesia* é uma qualidade natural do orador (Yegen & Abukan, 2014: 178), e um compromisso que ele corajosamente assume com o discurso de verdade. Séneca, por exemplo, acreditava que a honestidade e a verdade só poderiam existir se o indivíduo abdicasse da utilização de mecanismos retóricos (Foucault, 1983).

O parrhêsista deixa claro que ele expressa a sua opinião e que o faz com franqueza. Procura as palavras e formas de expressão mais directas em detrimento do artifício retórico que ocultao que o orador pensa (Foucault, 1983). De facto, o que distingue o parrhêsista é a intenção deliberada de evitar qualquer forma retórica que encubra aquilo que ele pensa ou sente. A retórica é, neste caso, considerada como uma técnica de velamento da verdade ou um curto-circuito do jogo parrhesiástico.

Enquanto a retórica, vista como arte (*techné rhetoriké*), providencia os mecanismos técnicos que auxiliam o orador a prevalecer sobre o auditório, a *parrhesia* age sobre o auditório justamente revelando, expondo e abrindo as suas mais sinceras crenças (Foucault, 1983). Não existe aqui um trabalho de adaptação ao auditório nem de acomodação das crenças. Pelo contrário, o auditório é movido precisamente pela vulnerabilidade demonstrada pelo parrhêsista. Se quisermos aprofundar esta questão, podemos descrever o efeito parrhesiástico como a conjugação do sujeito de enunciação, sujeito do enunciado e sujeito do *enunciandum*, o qual se refere à crença ou opinião do orador. O parrhêsista enfatiza, assim, que ele é sujeito da enunciação e do *enunciandum*, isto é, sujeito da opinião a que ele próprio se refere. É como se dissesse: “Eu sou aquele que afirma isto e aquilo a partir de uma opinião ou crença que é exactamente a minha” (Foucault, 1983).

Exposta, assim, a relação entre o franco-falar (*parrhesia*) e a retórica parece não haver espaço para pensarmos uma segundo a outra. Elas parecem colocar-se como actividades discursivas incompatíveis entre si: a coragem de arriscar dizer o que se pensa contra a tendência de dizer aquilo que o orador acredita que o auditório aceitará; a verdade enunciada contra o silêncio que reprime a palavra; o risco de perder o auditório contra a certeza da sua anuência; a crítica em vez da adulação; ou o dever moral contra a apatia moral. Na verdade, a retórica pretende um efeito performativo procurando uma reacção ou disposição de agir do auditório, enquanto a *parrhesia* nada espera do interlocutor (Yegen & Abukan, 2014: 181).

A retórica parece, deste modo, não poder integrar o jogo parrhesiástico. Uma retórica parrhesiasta parece simplesmente um forçar de conceitos que, à partida, se revelam incompatíveis entre si, precisamente porque *parrhesia* e retórica operam diferentes interpelações do auditório. No primeiro caso, o orador declara enfaticamente uma intenção de fazer reagir, elogiar e censurar o auditório; no segundo caso, o orador escusa-se a entrar em confronto com o auditório. E consegue-o apagando-se enquanto sujeito do *enunciandum*, elidindo-se, não da enunciação mas como sujeito da opinião

que ele expressa. Num caso, estamos perante a intenção de tudo-dizer (a *oratio libera*); no outro caso, perante a intenção de dizer apenas o que for mais conforme às crenças e opiniões do auditório.

O célebre triângulo retórico entre *orador-discurso-auditório* adquire aqui uma importância extra: enquanto o discurso parrhêsista se autonomiza face ao vector orador-auditório, o discurso retórico, precisamente porque procura o assentimento às teses propostas, não alcança essa legítima autonomização. Provavelmente é devido a essa tentativa gorada que a tradição socrático-platónica tende a identificar a retórica como mero ardil, como uma retórica ao serviço dos interesses particulares que a sofística exerce de acordo com cada oportunidade.

Eis a perspectiva não conciliável entre retórica e *parrhesia*.

Contudo, aquilo que se joga na relação (ou melhor, na aparente ausência de relação) retórica-*parrhesia* é justamente a adesão do auditório e a dificuldade de transpor para a conclusão a adesão concedida às premissas (cf. Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1996). É que o parrhêsista descarta essa necessidade, ao contrário do retor. Porque se além a uma actividade verbal que se equipara à franqueza, a adesão do auditório é negligenciável. O que está em causa é superintender ao regime de verdade e o assumir da opinião como legítima porque ela é sincera e franca. Em contraste, o retor não pode prescindir da opinião e da adesão do auditório. A tese por si apresentada dirige-se ao outro, mas este “outro” é alguém de quem depende na medida em que o orador assume a sua identidade face a um determinado auditório.<sup>3</sup>

As sociedades contemporâneas demonstram uma intensa ressurgência da retórica nos processos comunicacionais. E algumas características deste reinvestimento retórico da comunicação sugerem, porém, que a retórica e *parrhesia* poderão nem sequer ser actividades discursivas incompatíveis. Pelo contrário, nalgumas situações parece registar-se uma acomodação entre ambas baseadas na declinação dos seus atributos fundamentais.

O que urge, nesse caso, fazer é virar do avesso a perspectiva tradicional que separa retórica e *parrhesia*. O que queremos fazer é esboçar um novo espaço de convívio entre o franco-falar e a retórica gizando aproximações entre a persuasão e a veridicção.

Com efeito, algumas actividades comunicacionais marcadamente modernas vieram reconfigurar este espaço de mútua anulação. No que se segue, fazemos uma proposta de

---

<sup>3</sup> Para efeitos de argumentação, deixemos de lado a discussão do carácter universal ou particular deste auditório.

configuração contemporânea da retórica e da *parrhesia* no sentido de descrever a possibilidade de uma retórica parrhésica. Isto é, uma actividade persuasiva que se apoia ou inspira no discurso de verdade do parrhêsista como método de despoletar o consentimento do auditório. Assim, a adesão do auditório às teses do orador acontece precisamente no exercício da crítica parrhésica.

## UMA RETÓRICA DE PENDOR PARRHÉSICO

### I

O primeiro lugar onde se observa um estreitamento ou sobreposição entre retórica e *parrhesia* é na tropologia ou figuras de estilo. Na medida em que configura um tropo retórico, a *parrhesia* incorpora-se na prática retórica. Com efeito, se o discurso retórico, como enfatizámos, possui uma índole diversa do discurso de verdade do parrhêsistas não deixa de ser válido pensar a *parrhesia* como parte integrante da retórica.

Na *Institutio Oratoria* (IX, 3) Quintiliano explica que algumas figuras de estilo são especialmente aptas à intensificação emocional do auditório. Chama-lhes “*exclamatio*”. Ora é a um tipo de “exclamação” ou enunciação forte que Quintiliano chama de *libera oratione* à qual os Gregos se referiam precisamente como *parrhesia*. A *parrhesia* é, pois, uma figura de estilo, um tropo entre os demais tropos retóricos. Como tal, incorpora-se por completo no exercício retórico. Distingue-se particularmente por um discurso livre natural e é por esse facto que Foucault (1983) a considera o grau zero de todos os tropos retóricos que intensificam as emoções perante um auditório.

Actualmente existe um domínio profissional de actividade comunicacional que se especializou na intensificação das emoções e no apelo ao *pathos*: a publicidade.<sup>4</sup> A publicidade forma hoje um imenso campo de aplicação retórica envolvendo não apenas aspectos verbais, como também visuais. Mas se existe outra característica que a diferencia: a sua ênfase e concentração na elocução (*elocutio*) e nos tropos incluindo figuras de pensamento, figuras de estilo e ornamentos linguísticos (Pujante, 2011: 186). É precisamente porque o anúncio de publicidade (spot publicitário) necessita de condensar a sua mensagem mas, simultaneamente, de conservar uma elevada efectividade e persuasividade que a *elocutio* é especialmente relevante. E de todos os

---

<sup>4</sup> Definida como uma indústria de produção e promoção comercial de mensagens visando criar notoriedade, vender produtos ou serviços, ou fidelizar o consumidor.

recursos que visam elevar a emoção do auditório, a *parrhesia* terá necessariamente de ser tida em conta.

Nesse sentido, a inclusão de elementos afectos ao *pathos* (bebés, jovens modelos, cachorros que despertam ternura, etc.) junto dos produtos anunciados (ténis, automóveis, rolos de papel higiénico, seguros de saúde, etc) exemplifica a aplicação e a integração da *parrhesia* na retórica da publicidade.

Considere-se a imagem publicitária da loja online de vestuário “GAP” (Anexo I) construída integralmente sobre o *pathos* e o despertar da comoção e identificação emocional no auditório. O slogan é simples: “Amor à primeira vista”. E a imagem do cartaz publicitário é muito clara: dois bebés a olharem frontalmente o auditório do anúncio enquanto brincam e interagem entre si. Podemos interpretar a frase como uma alusão aos dois bebés que parecem gostar um do outro (como é observável pela linguagem corporal), mas também como uma alusão ao amor materno que imediatamente se despoleta assim que a criança nasce. Este apelo maternal e emotivo é, assim, a base persuasiva pela qual se incentiva implicitamente a comprar roupas de bebés da marca “GAP”. A associação que se pretende estabelecer é entre a apreciação do amor de mãe pelo seu bebé e a consequente manifestação desse amor manifesta pela compra diligente e cuidadosa da melhor roupa para vestir o bebé (roupa “BABY GAP”).

É na expressão do amor maternal registado pela escolha da marca da “GAP” para vestir e cuidar do bebé –a qual é aqui objeto de uma intensificação e de uma exorbitância emotiva– que constitui neste caso um uso *parrehesiástico*. A *parrahesia* ocorre neste anúncio no reforço ou exagero do *pathos*, o qual desenvolve-se como operador retórico maior. Todos os sentimentos conexos capazes de aí advirem (como ternura, enternecimento ou afeição) vêm reforçar a concentração do anúncio em torno do *pathos*. O simples facto de podermos referir-nos ao *pathos* neste anúncio apenas é plausível porque supomos a existência prévia de uma figura de estilo chamada *parrhesia* como exclamação ou intensificação emocional.

A utilização do tropo *parrhesia* não significa uma assimilação da poética à retórica mas sobretudo uma nova exploração do nível elocutivo a partir do qual a persuasão retórica ocorre. Constatamos todos os dias, na publicidade, o quanto a *exclamatio* ou *parrhesia* se opera igualmente nas figuras de dicção, na utilização das cores ou na inclusão de padrões de edição de imagem recorrentes. Assim, a liberdade discursiva de intensificação dos diversos elementos emocionais, ou *parrhesia*, traduz-se numa forma elocutiva da persuasão.

## II

Em segundo lugar, temos de relevar uma outra incorporação do franco-falar ou *parrhesia* na prática retórica contemporânea. Referimo-nos à sua ligação com os jogos de verdade. Afinal, *parrhesiazesthai* significa etimologicamente “dizer a verdade”.

O parrhêsiastes não é somente sincero e diz a sua opinião, ele também diz aquilo que sabe ser verdade. Isto marca a coincidência entre crença e verdade (Foucault, 1983). Mas sobretudo dá-nos a marca do jogo parrhêsiaístico como lhe chama Foucault (1983). Esse jogo do discurso de verdade pressupõe que o parrhêsiaista é alguém que possui as qualidades morais requeridas para, primeiro, conhecer a verdade, e segundo, para veicular essa verdade aos outros. Neste processo, ele arrisca a sua relação com o outro mas é a coragem de ser sincero que constitui um forte indicador de ser um parrhêsiaista.

Actualmente este jogo parrhêsiaístico ocorre (pelo menos, de um ponto de vista normativo –cf. Habermas, 1998) na forma mais elevada no discurso jornalístico. Bem entendido, não se trata de entender a *parrhesia* como virtude privada, homilia, estratégia pedagógica ou dever de amizade como é descrito por Plutarco (“How one may discern a Flatterer from a Friend”) ou Filodemo de Gádara (*On Frank Criticism*). Trata-se, antes, de compreender a *parrhesia* como direito político análogo ao da democracia ateniense clássica. A franqueza aqui não é vista uma qualidade fundamental da amizade; é, sobretudo, entendida como direito de expressão política sem receio das consequências por parte do poder. Integra um conjunto de direitos que explanam a vida cívica e que incluem a liberdade de expressão. Eis a *parrhesia* vista de acordo com um direito universal a tomar a palavra e fazer uso da sua razão<sup>5</sup> independentemente do estatuto, autoridade ou hierarquia.

Cabe hoje ao jornalismo este trabalho social de crítica idealmente livre de sujeições que não se atém a questões de poder (político, económico, criminal). O jornalismo de investigação, em particular, desempenha esta tarefa parrhêsiaística de exposição, franqueza e livre expressão. Com efeito, as sociedades ocidentais confiam no jornalismo para exercer uma certa retórica parrhêsiaística. Tal é atestado pelos inúmeros processos de difamação ou violação do segredo de justiça de que os jornalistas e órgãos de informação são habitualmente alvo. A famosa citação do escritor George Orwell de que

---

<sup>5</sup> Para aludir à expressão kanteana.

o jornalismo é publicar aquilo que alguém deseja que não se publique é, aliás, representativa desta prática de veridicção.

O jornalismo actualiza uma retórica da *parrhesia* no momento em que pratica um criticismo de baixo para cima (Ferin Cunha *et ali*, 2015), dos cidadãos em direção aos actos de poder e de um exercício crítico independente das fontes de poder.

Exemplo disto mesmo foram as sucessivas reportagens da revista brasileira *Veja* que, em Maio de 2005, denunciou um caso de corrupção que levou ao escândalo do “Mensalão” (Anexo II). Com base na denúncia do jornalismo de investigação da *Veja*, três deputados tiveram o mandato suspenso, quarenta pessoas foram indiciadas pelo Ministério Público e vinte e quatro arguidos condenados pelo Supremo Tribunal Federal (STF). Outro enorme escândalo brasileiro iniciado pelo jornalismo foi o chamado escândalo do “Petrolão”, noticiado pela revista *Veja* (Anexo III), que deu origem à investigação Lava-Jato por parte das autoridades policiais. A também chamada Operação Lava-Jato concentrava-se no Escândalo do Petrolão, isto é, um esquema de corrupção envolvendo subornos de empresas de construção a funcionários da Petrobrás, empresa petrolífera cujo acionista maioritário era o Governo do Brasil. Supostamente, parte desses subornos seriam dirigidos ao financiamento de partidos políticos, em especial o Partido dos Trabalhadores (PT) de Lula da Silva e Dilma Rouseff (a qual sucedeu a Lula da Silva na Presidência do Brasil).

Quer no caso do Mensalão, quer no caso do Petrolão, as investigações judiciais resultaram da denúncia de corrupção por parte de um título de imprensa onde o jornalismo de investigação se revelou o elemento essencial para que os actos de poder fossem objecto de escrutínio público. A iniciativa da revista *Veja* pode, assim, exemplificar a feição parrhésica do discurso jornalístico, a qual contra o poder instituído e a favor do valor de verdade delata alegados casos de corrupção. A *parrhesia* manifesta-se como a livre expressão dos factos em causa, assumindo um discurso de veridicção independente dos poderes, estatutos ou importância dos visados.

Por outro lado, esse jogo parrhésiástico do jornalismo desenrola-se não apenas como crítica plena, mas igualmente como dever e responsabilidade morais. O próprio Foucault aproxima, no seu estudo, a *parrhesia* da política sendo uma característica essencial da democracia. De facto, a *parrhesia* do moderno jornalismo funciona como uma espécie de esquadro dentro do qual os cidadãos esperam um discurso de verdade acerca da política. É precisamente o risco que falar livremente acarreta que frequentemente leva às diatribes entre os Media e o Estado e às discussões em torno do

poder de selecção (*gatekeeping*) discursiva que os Media impõem aos diferentes campos sociais.

Ao mesmo tempo, esta retórica parrhésica do jornalismo desloca-se desde a assembleia até à *Ágora* e ao Espaço Público providenciando um espaço de discussão separado do Estado que dá (idealmente) voz a qualquer cidadão. Aliás, programas televisivos como *Opinião Pública* (SIC Notícias)<sup>6</sup> ou radiofónicos *Antena Aberta* (Antena 1)<sup>7</sup> exemplificam este trabalho de (aparente) livre discursivização por parte dos cidadãos.

O exercício parrhesiástico perpetrado na retórica do jornalismo pode assumir-se em moldes muito semelhantes aos descritos por Foucault na sua problematização da parrhesia (Foucault, 1983): envolvendo uma recomposição da conduta reconduzindo o interlocutor (por exemplo, o Estado) a rever a sua atitude perante determinada temática; ou envolvendo uma confissão sincera perante alguém mais poderoso que o indivíduo e que se encontra em condições de o punir ou censurar. Neste sentido, alguns dos comentários e desabafos das redes sociais online (como o Facebook) em torno de opiniões e reprovações acerca da entidade patronal revelam esta veia parrhésica, tal como igualmente o revelam alguns editoriais cuja retórica jornalística denota um discurso de verdade que culmina na demissão do jornalista pelo conselho de administração do órgão onde trabalha. Contudo, esta ameaça não faz calar a retórica parrhésica do jornalismo. Pelo contrário, agudiza-a. O risco de punição apenas sublinha a *parrhesia*. O escândalo político revelado pelo jornalismo de investigação traduz-se neste risco, nesta trajectória de colisão com o poder. A *parrhesia*, todavia, apenas reforça este caminho retórico persuadindo os cidadãos e a opinião pública na medida em que é capaz de problematizar o discurso de verdade vigente.

A retórica parrhésica a que aludimos ocorre no jornalismo no momento em que este exerce a crítica como estratégia de persuadir o público da sua própria relevância social. Isto não significa retirar qualquer dimensão moral ou deontológica à actividade jornalística. Significa, antes, sublinhar uma retórica que encontra na *parrhesia* o mecanismo pelo qual desafia o poder instituído a partir de uma posição de inferioridade. A crítica de um pai ao seu filho não constitui a *parrhesia*. Porém, um filósofo que critique um tirano ou um discípulo que exerça livremente a sua censura já é atribuível a

---

<sup>6</sup> Programa televisivo de expressão pública onde os espectadores assumem o papel de comentadores da actualidade informativa através de chamada telefónica.

<sup>7</sup> Programa radiofónico de expressão pública onde os ouvintes assumem o papel de comentadores da actualidade informativa através de chamada telefónica.

*parrhesia* (Foucault, 1983). Do mesmo modo, nas sociedades contemporâneas cabe ao jornalismo ser o quarto poder (Mesquita, 2003) e exercer livremente o seu papel de *watchdog* ou de vigilância social. É exactamente nesta medida que a sua retórica adquire traços parrhésicos: uma prática discursiva (e comunicacional) que auxilia o exercício do poder e que previne o seu uso indevido para objectivos ou interesses particulares.

Na retórica do jornalismo estamos sempre a lidar com a *parrhesia*, ainda que nem sempre a possamos referir desse modo. Com efeito, tal como enfatizado por Foucault (1983), uma das grandes características da *parrhesia* é o seu compromisso com o dizer-verdade, com a veridicção. Também a retórica jornalística assume um compromisso com a verdade encarando-a mesmo como um dever moral. Os valores da objectividade, isenção, imparcialidade e verdade denunciam, sem margem para dúvidas, a vinculação da retórica jornalística com a *parrhesia*. É esta vinculação que põe em causa os actos de governação arriscando a sua própria legitimidade para questionar o poder político. A censura política surge-nos, assim, de forma muito vívida quando reflectimos nas consequências do criticismo inerente à retórica parrhésica do jornalismo.

Em suma, é a livre expressão e ilimitado criticismo observados actualmente que nos autoriza a associar a retórica do jornalismo à *parrhesia*. E que, simultaneamente, nos ajuda a perceber que a *parrhesia*, no jornalismo procura melhorar a sociedade, tal como para Filodeumo, a *parrhesia* implicava um engrandecimento moral e um aperfeiçoamento do carácter.

Podemos distinguir dois modos de actuação parrhésica no jornalismo contemporâneo: por um lado, espera-se uma crítica minuciosa dos actos de poder (Anexo III). Por outro lado, um exame da actualidade e um discurso de informação livres de todos os preconceitos e parcialidades que possa contribuir para o livre esclarecimento da opinião pública. A própria retórica do jornalismo apoia-se na veridicção parrhésica para se legitimar como discurso da experiência social de pleno direito que representa a mediação levada a cabo pelo campo dos media (Rodrigues, 1988) de todos os outros campos sociais.

## CONCLUSÃO

Como avaliar a relação entre retórica e *parrhesia*, nomeadamente, de que modo essa relação pode ser percebida na contemporaneidade? Será possível conciliar um discurso

de persuasão e uma discursivização da verdade, ou veridicção e retórica serão incompatíveis?

Chegados a aqui, um início de resposta começa a esboçar-se. Iniciámos, nesta reflexão, a identificação de mecanismos parrhésicos que se incrustam actualmente na retórica de duas práticas comunicacionais incontornáveis: publicidade e jornalismo. Face à mútua exclusão entre retórica e *parrhesia*, persuasão e franqueza que nos chega da antiguidade clássica, pretendemos estender o espaço de análise dos dois conceitos e averiguar na contemporaneidade as condições de possibilidade de um exercício retórico de pendor parrhesiástico. E concluímos que esse espaço de mútua afectação entre retórica e *parrhesia* não apenas existe, como ainda é perfeitamente ubíquo.

Por um lado, a *parrhesia* manifesta-se retoricamente no discurso publicitário através da sua inclusão enquanto tropo retórico sendo inclusivamente uma figura indispensável da elocução retórica do ponto de vista do *pathos*. Por outro lado, a *parrhesia* manifesta-se na própria prática profissional e deontológica do jornalismo como um tipo de discurso intrínseco à própria legitimidade do jornalista. A crítica implícita dos actos de poder não apenas integra por completo a retórica do jornalismo baseada na objectividade, imparcialidade, isenção e verdade; também credibiliza o jornalismo como prática central do campo dos media.

Há, assim, um espaço coincidente que sugere a hipótese de uma retórica parrhésica. Isto é, um discurso de persuasão permeado por uma preocupação com a livre expressão da opinião e com um elevado criticismo que é, também, um acto corajoso porque assume um risco com o interlocutor. A *parrhesia* não apenas não exclui a retórica – como afirmava Séneca– como parece integrá-la. Ao referirmos publicidade e jornalismo estivemos a procurar o ponto de entrada dessa perfuração parrhésica na sua própria retórica. É como se dois planos distantes se dobrassem sobre si próprios sofrendo uma deformação. Contudo, esta deformação não assinala nada definitivamente negativo ou degenerado. Pelo contrário, é a deformação que reforma e remodela. Uma deformação que, no fundo, nos aponta para uma incorporação da *parrhesia* na retórica como dispositivo de verdade que potencialmente se coloca sob um horizonte persuasivo. Este facto é especialmente detectável no jornalismo no qual a relação com a verdade é mais intensa, e no qual a inquietação com a objectividade e imparcialidade trai uma problematização da verdade.

Além disso, na própria discussão acerca da verdade jornalística (Sousa, 2002) deparamo-nos com a centralidade da *parrhesia* no jornalismo. Enquanto forma de

conhecimento, o jornalismo tem de ser compreendido em associação à verdade. Mas isso não faz depender a verdade de um grau de facticidade apodítica mas sobretudo de um trabalho retórico em torno do papel de mediação interpretativa e atribuição de sentido que concedemos ao jornalismo (cf. Sousa, 2002: 5). A verdade, não enquanto coincidência perfeita com o seu objecto ou um qualquer referente (como nas ciências dedutivas e lógico-formais), mas como problematização ou trabalho retórico que enfatiza a dimensão argumentativa e negociada do conhecimento. Como explica Sousa (2003: 8):

(...) poderemos detectar o carácter manifestamente retórico do conhecimento jornalístico. Retórico, desde logo, porque ao abandonar a ideia do acesso à pura facticidade, o jornalismo centra-se cada vez mais nas tarefas de interpretação, avaliação e debate (...). É que se o que o jornalista comunica é sempre e apenas a sua avaliação da realidade e nunca o facto em si mesmo, então há necessidade de convocar uma argumentatividade que justifique e prove o acerto ou a preferência dessa sua interpretação sobre outras interpretações igualmente possíveis.

Retórico porque se desenvolve na dependência e na prossecução de um conjunto de valores cuja concreta determinação apela para o regime da discutibilidade crítica e se decide por uma avaliação em sede do plausível e consensual, própria de toda a argumentação retórica.

Retórico porque se faz à custa de opções ou escolhas, quer na selecção dos factos a que atribui o valor de notícia, quer na própria construção desta última, opções ou escolhas que, como todos sabemos, nem são arbitrarias nem se fundam em razões universais ou logicamente coercitivas.

Retórico, em suma, porque se trata de um conhecimento que emerge no contexto de uma comunicação marcadamente persuasiva onde o louvável espírito de isenção e objectividade não anula nem condena o propósito de atrair, de agradar e de convencer o respectivo auditório, enquanto principal alvo e razão de ser da actividade jornalística.

Portanto, a pretensão de verdade do jornalismo situa-se, ela própria, numa retórica que opera segundo a relatividade de reconhecer no contexto e interdependência, não uma Verdade, mas uma verdade enquanto aproximação e generalização (Sousa, 2002: 9). Uma verdade enquanto processo retórico de problematização baseada na persuasão das opiniões mais seguras e provadas que encontra numa opinião epistemologicamente redignificada o seu porto de abrigo. Assim, o jornalismo é intrinsecamente parrhésico: não apenas no que diz respeito ao seu papel normativo de vigilância e crítica social, como também no que diz respeito à operacionalização de uma opinião à qual se reconhece uma diferença, não de natureza, mas de grau em relação à verdade. O discurso de verdade do jornalismo é, ele próprio devedor de um franco-falar (*parrhesia*) assumidamente retórico. Constatamos, assim, as imbricações entre *parrhesia* e jornalismo. O elemento que ambas as discussões possuem é a dimensão retórica.

Em suma, tal como podemos observar actualmente, a prática retórica é exercitada, não em antagonismo com a *parrhesia*, mas em articulação. O nosso encargo não é separar os domínios da retórica e da *parrhesia* mas sim detectar as incrustações que a última inflige na primeira. Dito de outro modo, incumbe-nos investigar as dimensões parrhésicas que a retórica contemporânea pode conter em si, implícita ou explicitamente, por exemplo, enquanto tropo (na Publicidade) ou enquanto legitimidade social (no Jornalismo).

Tal como a problematização da verdade, a retórica é uma prática discursiva infinita. Como Sísifo, temos de procurar continuamente, na retórica, os pontos de permeabilidade que a fazem acercar-se da *parrhesia*. E, nessa medida, há que assumir a possibilidade de uma retórica de pendor parrhésico.

## BIBLIOGRAFIA

- FERIN CUNHAL., Estrela SERRANO e João FIGUEIRA (2015); *A Corrupção Política vista por Jornalistas e Políticos*. Covilhã: Labcom Books.
- FOUCAULT, Michel (1983); *Discourse and Truth: The Problematization of Parrhesia*, 6 lectures given by Michel Foucault at the University of California at Berkeley, Oct-Nov. 1983. Disponível em:  
[http://foucault.info/system/files/pdf/DiscourseAndTruth\\_MichelFoucault\\_1983\\_0.pdf](http://foucault.info/system/files/pdf/DiscourseAndTruth_MichelFoucault_1983_0.pdf)
- HAASE, Fee Alexandra. (2007); “The Liberty of Every Man’s Invention. Rhetoric and Freedom of Speech”, em *A Parte Rei*, núm. 50, pp.1-19.
- HABERMAS, Jürgen (1998); *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Massachusetts: MIT Press.
- KANT, Immanuel (1784); *Resposta à pergunta: Que é o iluminismo?* Disponível em:  
[http://www.lusosofia.net/textos/kant\\_o\\_iluminismo\\_1784.pdf](http://www.lusosofia.net/textos/kant_o_iluminismo_1784.pdf)
- MCCLOSKEY, Deirdre (1996); “The Rhetoric of Liberty”, em *Rhetorical Society Quarterly*, vol. 26, núm. 1, pp.9-27.
- MESQUITA, Mário (2003); *O Quarto Equívoco, O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- MILTON, John (1918 [1644]); *Areopagitica*. Cambridge: Cambridge University Press.  
Disponível em: [http://files.libertyfund.org/files/103/1224\\_Bk.pdf](http://files.libertyfund.org/files/103/1224_Bk.pdf)
- PERELMAN, Chäim e Lucie OLBRECHTS-TYTECA (1996); *Tratado da Argumentação – A Nova Retórica*. São Paulo: Editora Martins Fontes.

PUJANTE, David (2011); “Teoría del Discurso Retórico aplicado a los nuevos lenguajes. El Complejo predominio de la elocutio”, en *Rétor*, vol. 1, núm. 2, pp. 186-214.

QUINTILIANO, Marco Fabio (2010); *Institutio Oratoria*. Lisboa: Traduvarius.

REBOUL, Olivier (1998); *Introdução à Retórica*. São Paulo: Martins Fontes.

RODRIGUES, Adriano (1988); *O Campo dos Media : discursividade, narratividade, máquinas*. Lisboa: Vega.

SOUSA, Américo de (2002); “A Retórica da Verdade Jornalística”, em *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-americo-retorica-verdade-jornalistica.pdf>

YEGEN Ceren & Memet ABUKAN (2014); “Rhetoric, Foucault and Parrhesia”, em *Journal of Management Research*, vol. 6, núm. 1, pp. 170-183.

## Anexo I



Imagem 1- Cartaz publicitário da marca “GAP” intitulado “Love at first sight” (Amor à primeira vista). Um exemplo do uso do *pathos* como elemento retórico. Fonte: [www.dailybillboardblog.com](http://www.dailybillboardblog.com)

## Anexo II



Imagem 2 - Página da revista brasileira *Veja* assinalando os 10 anos após a denúncia que levou ao escândalo do mensalão, o primeiro dos dois esquemas de compra de apoio político alegadamente promovido pelo governo do Partido dos Trabalhadores, em 2005. <http://veja.abril.com.br/brasil/os-segredos-do-mensalao-dez-anos-depois>

## Anexo III



Imagem 3 - Capa da revista *Veja* prossequindo a cobertura da investigação Lava-Jacto e acusando publicamente Dilma Rousseff e Lula da Silva de terem conhecimento do esquema de corrupção na Petrobras. Fonte: <http://www.jeansouza.com.br/corruptao/veja-traz-materia-bombastica-em-que-doleiro-afirma-que-lula-e-dilma-sabiam-de-todo-o-esquema-petrolao/>

RECIBIDO: 08/04/2016 - APROBADO: 20/10/2016