



A SUJEIÇÃO DA RETÓRICA DE UMA DIMENSÃO ÉTICA À ESTÉTICA NA AFECÇÃO DOS CORPOS NAS REDES SOCIAIS.

Paulo Roberto Masella Lopes¹

Resumo

Observando-se os processos comunicacionais que circulam nas redes sociais, pretende-se analisar como a retórica assume uma dimensão antes estética do que ética na afecção dos corpos, esvaziando-se de seu caráter argumentativo para se contentar com sua função meramente persuasiva e elocutiva. Segundo Aristóteles, a retórica deveria se constituir numa teoria da argumentação persuasiva em que o caráter do falante e a exposição de provas seriam mais relevantes que a emoção despertada na audiência. No entanto, o que se nota com assiduidade no *Facebook* é a submissão dos corpos à dimensão estética da persuasão e não ao comprometimento ético na fundamentação da argumentação, tornando imagens e enunciados signos vazios.

Palavras-chave: Epistemologia. Retórica. Afetos. Corpo. Ética.

Introdução: as redes sociais como laboratório de pesquisa

Tal como as cidades, redes sociais como o *Facebook* [FB] têm se constituído num laboratório de pesquisa para o campo da comunicação a partir do qual se pode observar a dinâmica de processos comunicacionais que, embora mediados, possibilitam certa equidade na relação entre emissão e recepção de mensagens. No entanto, a despeito dessa condição favorável à pesquisa, o controle de variáveis para assegurar resultados quantitativos, que usualmente preenchem os requisitos do procedimento chamado científico, não é apenas imponderável como, em certa medida, indesejável por implicar a própria “desnaturalização” da dinâmica do FB. Além da dificuldade em dominar os algoritmos que regem essa rede social, a segmentação por perfis e práticas dos usuários não preencheria os propósitos deste ensaio que trata antes de buscar um conjunto de inferências prováveis do que deduções imprecisas.

¹ Pós-doutorando pela PUC-SP. Pesquisador do ESPACC-PUC-SP. paulomasella@gmail.com



No entanto, metodologicamente, cabe enfatizar que, durante o período de quatro meses, o pesquisador atuou sem qualquer alteração no seu perfil e comportamento enquanto usuário habitual da rede, não tendo quaisquer outras pretensões senão a de observar e de ser observado sem, portanto, sistematizar os dados com o intuito – inócuo, ao menos neste caso – de tornar essa investigação mais “científica”. Ao contrário, o pressuposto assumido foi de que a “interação desinteressada” do observador no fluxo comunicacional da rede social era uma condição, se não necessária, ao menos plausível com os objetivos desta investigação, contrariando o axioma que dita que o afastamento do pesquisador é pré-requisito para a neutralidade dos resultados de uma pesquisa.

Desta forma, a partir da observação direta dos processos comunicacionais que circulam no *FB*, procurou-se analisar como a retórica assume uma dimensão antes estética do que ética na afecção dos corpos, esvaziando-se de seu caráter argumentativo, ou seja, da proposição de um discurso coerente e lógico, para satisfazer-se com sua função meramente persuasiva e elocutiva. Segundo Aristóteles (2005), a retórica deveria se constituir numa teoria da argumentação persuasiva, utilizada não apenas para produzir como interpretar os discursos. Também seriam três os meios de persuasão constituintes da retórica: o caráter do orador; a emoção despertada na audiência; e a exigência de provas ou argumentos lógicos.

Ocorre que essa função de prova também pode ser atribuída à imagem técnica por ainda gozar da autoridade de um documento para muitos usuários do *FB*. Neste caso, sugere-se que haja uma equivalência entre o potencial estético da imagem e do enunciado verbal nas mensagens que circulam nas redes sociais, fato fundamentalmente notável no caso dos *memes*, que usualmente conciliam uma imagem com um texto escrito. Assim, tanto imagens como escrituras assumem uma função antes enunciativa e persuasiva do que argumentativa, atuando inúmeras vezes como signos vazios.

Da afecção dos corpos

Antes de quaisquer categorizações, como sujeito, ator, emissor ou receptor, os usuários das redes sociais devem ser entendidos como corpos sujeitos a afecções. Isto significa primeiramente não supor a separação cartesiana entre substância pensante e extensa, ou seja, entre mente e corpo. Ao contrário, concebe-se aqui, em consonância com Spinoza

V COMcult

o que custa o virtual?

(2014, p.70), o corpo como inseparável da mente de tal modo que esta só possa conhecer e saber da existência do próprio corpo humano “[...] por meio das ideias das afecções pelas quais o corpo é afetado”. Ainda, segundo Spinoza (2014, p. 71),

[...] a ideia do corpo e o corpo, isto é, a mente e o corpo são um único e mesmo indivíduo, concebido ora sob o atributo pensamento, ora sob o da extensão. É por isso que a ideia da mente e a própria mente são uma só e mesma coisa, concebida, neste caso, sob um só e mesmo atributo, a saber, o do pensamento.

Na medida em que “Não sentimos nem percebemos nenhuma outra coisa singular além dos corpos e dos modos do pensar” (SPINOZA, 2014, p. 52), dilui-se a separação ontológica entre corpo e espírito, entre materialidade e virtualidade. Neste sentido, uma contribuição de Spinoza (2014, p. 98) para o campo da comunicação sustenta-se na sua concepção que estamos invariavelmente sujeitos, enquanto corpos, a um circuito de afetos, ou seja, a forças imanentes (afecções) “[...] pelas quais sua [do corpo] potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada, e, ao mesmo tempo, as ideias dessas afecções”, de modo que possamos agir no sentido de aumentar nossa potência ou padecer quando submetidos ao acaso dos acontecimentos.

Digo, porém, que, em geral, quanto mais um corpo é capaz, em comparação com outros, de agir simultaneamente sobre um número maior de coisas, ou de padecer simultaneamente de um número maior de coisas, tanto mais sua mente é capaz, em comparação com outras, de perceber, simultaneamente, um número maior de coisas. E quanto mais as ações de um corpo dependem dele próprio, e quanto menos outros corpos cooperam com ele no agir, tanto mais sua mente é capaz de compreender distintamente. (SPINOZA, 2014, p. 61-62).

Os afetos são resultado das afecções que nossos corpos constantemente sofrem pelo mundo, seja ou não virtual, pois corpo e mente não se separam. No entanto, nossa consciência sobre os afetos não nos liberta necessariamente das paixões que diminuem nossa potência de agir sobre o mundo. Submetido aos afetos, “o homem não depende si”, mas se encontra num estado de “servidão” impossibilitado de “moderar ou limitar os afetos”. Portanto, a questão ética que se coloca não se desvincula da questão da liberdade. Livre é todo aquele não se deixa dominar pelos afetos, mas os dirige de modo a aumentar sua potência, o que exige um conhecimento não das ideias, dos signos, mas das relações que os constituem e que nelas possa intervir de modo criativo (SPINOZA, 2014).



A contribuição dessa proposição ética é que nesse circuito de afetos, que inclui toda sorte de informações, textos e mensagens, a submissão à recursividade e à redundância implica um estado de servidão tal qual a ignorância assume nas epistemologias que tomam a consciência como categoria suficiente para superar a ideologia². Diversamente dessas epistemologias que operam uma separação entre sujeito-objeto, consciência e corpo, Spinoza (2014) afirma a necessidade de buscar, nesse circuito de afetos a que estamos submetidos, “bons encontros” que aumentem nossa potência de agir, não nos submetendo ao acaso dos acontecimentos e aos afetos que constroem nosso agir.

Trata-se de uma virada epistemológica, pois essa proposição ética não se contenta com a mera decodificação de mensagens senão com sua recodificação, com a transformação qualitativa dos textos de cultura, e não com seu mero aumento quantitativo que gera recursividade e redundância. Não menos relevante, é constatar que o comunicar não se restringe a promoção da circulação de signos, mas a semioses, que se colocam antes na ordem dos afetos do que propriamente dos discursos, ou melhor, do potencial de afetar dos discursos que restituem à comunicação a importância das emoções e dos sentimentos capazes de nos modificar, de nos fazer agir.

Uma epistemologia do corpo e dos afetos

A inclusão dos processos comunicacionais no circuito dos afetos adere a uma concepção epistemológica que não se refere mais ao esquema linear sujeito-objeto, mas ao rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1995a) ou mesmo ao espaço semiótico (LÓTMAN, 1998) sem, contudo, perseverar numa visão que sugere que a racionalidade do sistema esteja condicionada a simples escolha entre possíveis como se constata na suposição de equiprobabilidade em que as decisões são arbitrárias, aleatórias ou mesmo imprevisíveis. Embora a imprevisibilidade seja capaz de gerar “processos explosivos” (LÓTMAN, 1999), ou seja, introduzir informação efetivamente nova aos sistemas, aumentando a diversidade cultural, a dinâmica do mecanismo semiótico da cultura, como bem admite Lótmán (2000, p.

² Toma-se aqui como referência o marxismo e suas linhagens como a teoria crítica, assim como as concepções iluministas que apostam na categoria de sujeito como agente de transformações históricas e sociais, além de capaz de conhecer o real ou os fenômenos.



20), obedece a uma racionalidade. O equívoco seja talvez supor que essa racionalidade possa se comparar a uma “razão prática”, a uma metafísica dos costumes que atue como um imperativo categórico (KANT, 2002). A *Ética* de Spinoza (2014) não trata de reger o espírito, mas, ao contrário, de não sujeitá-lo (espírito e corpo) aos afetos, avançando na crítica aos costumes e aos padrões culturais.

Inserir os afetos na análise dos processos comunicacionais implica, acima de tudo, deslocar a epistemologia de uma consciência pensante, para um corpo desejante que, contudo, não se separa da mente, e, portanto, ajuda a entender por que o esclarecimento não atende aos pressupostos iluministas que pretendem ver os apetites do corpo submissos a uma razão sensata e domesticada. Contudo, a centralidade do corpo nos processos de comunicação, embora reforce o papel dos sentidos na formação de uma consciência estética e na construção de redes afetivas, não nos emancipa do compromisso ético e, portanto, político, na medida em que a razão não se opõe à emoção segundo Spinoza (2014), mas contribui para a liberdade do corpo em agir.

O desafio é construir uma epistemologia em que a dimensão estética não se desvencilhe da ética e da política, porque os sentidos do corpo não estão descolados das vontades da razão, e, se ainda estão, é porque nos deixamos levar pelas paixões dos afetos e não pelo agir que nos conduziria a novas e mais intensivas experiências do corpo e do mundo. Uma rede de afetos pressupõe corpos (e mentes) imanentes ao mundo e, portanto, a dimensão ética e a política não podem ser descartadas em prol de uma consciência estética que subjuguie a complexidade dessa rede a uma suposta liberdade individual do desejo, resultando numa concepção hedonista e narcísica do sujeito. O mundo não se apresenta como objeto nem à consciência nem ao corpo, mas como habitat; caso contrário, estaríamos apenas reconfigurando a relação epistemológica sujeito-objeto ao substituir a transcendência da consciência pela imanência de um corpo desejante, despossuído de razão. Tampouco, numa outra visada epistemológica, qualquer soberania do signo deve ser admitida sob o risco de transformá-lo em despótico, assumindo o controle dos processos comunicacionais em que se equiparam visibilidade e recursividade, descartando a função primordial da semiose. A inserção do corpo e dos sentidos nos processos de comunicação implica, portanto, uma semiótica das intensidades e não de um “signo despótico” (DELEUZE; GUATTARI, 1995b).



A agonística agoniza

Aventa-se aqui a hipótese de que esta ética dos afetos esteja subvertida por uma mera estética dos afetos que nos sujeita à servidão, colocando-nos refém do caráter meramente persuasivo e não argumentativo das retóricas em circulação. Neste caso, o *FB* apresenta-se como um laboratório instigante para a pesquisa de processos comunicacionais em que circulam antes signos do que se operam semioses. Constata-se com frequência nessa rede social o uso da retórica como um discurso vazio que se vale antes de artifícios psicológicos do que de argumentos e raciocínios coerentes para persuadir seus usuários. Sobejam *memes* cujas “legendas” não correspondem às imagens, evidenciando a ignorância, ou então, a má fé daqueles que, com urgência, se apressam em disparar *posts* sem consultar fontes.

A ferramenta binária de “curtir”, ou não curtir, apesar de implicar a condição anterior – também binária – de visto, ou não visto (além da lógica dos algoritmos), é majoritariamente preferida pelos usuários ao dispositivo que permite comentar os *posts*. Por sua vez, quando ocorre um comentário, o mais usual é que, no máximo, haja um novo “curtir”. Raramente ocorrem réplicas e é extremamente improvável que o “diálogo” (a sequência de comentários) ultrapasse uma tréplica, evidenciando o uso nada agonístico dessa rede social. Neste caso, não se pode demonizar o *FB* por apenas disponibilizar a lógica binária do “curtir”, mas eventualmente lamentar que não tenha sido apropriado como um fórum de discussão senão como uma vitrine de signos, ou pior, de signos vazios.

O uso da retórica como arma de combate pela argumentação persuasiva cedeu espaço, quando muito, ao mero encantamento pelo efeito expressivo e fabulatório da palavra – como quisera o sofista Górgias (PLATÃO, 1987) – e da imagem que lhe costuma acompanhar como se fosse mais um índice de autoridade. Se para os gregos o “falar bem” equivalia ao “combater bem”, revelando o caráter agonístico³ da retórica, no *FB*, este aspecto ficou subsumido ao poder confiado a um terceiro que, como princípio de autoridade, pode falar. Esse terceiro que fala é o discurso midiático que é reproduzido à exaustão pelos usuários que o utilizam ou como escudo retórico, conferindo-lhe um poder de autoridade, ou como mero recurso e exercício para obter visibilidade e assentimento entre seus pares.

³ A agonística era tanto a arte/ ciência grega das lutas como o exercício da dialética como disputa retórica.



A transferência do princípio de autoridade do falante ao discurso midiático, além de acentuar a recursividade, significa a retirada, ou o ocultamento do usuário do campo de batalha, atenuando seu potencial interativo ao ceder voluntariamente seu lugar no embate agonístico para um terceiro que é o mesmo para todos os usuários da rede: a midiatização dos discursos. O usuário se exime da possibilidade que a rede lhe oferece de argumentar para realocar a “antiga” configuração epistemológica emissor-receptor. Mesmo que ainda possa agir simultaneamente nos dois polos desse eixo, o usuário contenta-se em atuar como mero observador e/ou observado que retroalimenta o sistema, mas não o protagoniza, numa espécie de servidão voluntária.

Entre os gregos, a arte de bem falar supõe um vínculo necessário com o pensar bem, que, por sua vez, presume o encadeamento lógico de ideias, mas também e, sobretudo, um modo de vida em conformidade com o que se crê. A retórica supõe, portanto, uma arte de bem dizer, uma arte de persuadir e uma arte moral. Em Platão esse vínculo era estreito, mas Aristóteles confere a responsabilidade pelas técnicas de persuasão ao orador e não ao sistema retórico em si (ARISTÓTELES, 2005, p. 25).

No *FB*, na medida em que o usuário costuma se furtar a qualquer réplica (que não seja um “curtir”) a um eventual comentário, o caráter persuasivo tende a se alojar exclusivamente no próprio discurso midiático, ou seja, na “notícia” extraída de algum jornal *online* e compartilhada *ad infinitum*. Resulta desta prática habitual, o acento no caráter meramente expositivo e persuasivo dos *posts* em detrimento do encadeamento lógico das ideias que o “justifiquem”, tal como pressuposto numa retórica argumentativa.

Na sua expressão lógica, a verdadeira retórica define-se como uma articulação perfeita da mensagem nascida na mente, sendo de condenar e repudiar a sua transfiguração ou falsificação sofística que, como técnica de aparência, negligencia a verdade profunda das coisas e se contenta com a adesão do auditório a meras opiniões de circunstância ou conveniência (ARISTÓTELES, 2005, p. 27).

A atualidade dos gregos parece não se esgotar em tempos de redes sociais, evidenciando que o objeto técnico não é o obstáculo a ser removido senão a própria condição de servidão humana. Se a retórica era uma arte/ciência moral para filósofos como Platão e Aristóteles, e, portanto um modo de convivência melhor entre os homens e a cidade (*polis*), reforçando, mais uma vez, a inseparabilidade entre ética e política, o mundo virtual do *FB* –



como espelho da cidade – apenas corrobora os receios de Aristóteles de que a retórica sofística servisse antes aos interesses publicitários de conquistar a adesão fácil da audiência com uma retórica da conveniência do que favorecer o livre debate de ideias (dialética). Ainda que essa adesão provenha, em larga medida, por laços de amizade, atendendo a um princípio de reciprocidade: “você me curte, logo eu te curto”, em inúmeros casos, principalmente naqueles em que se supõe um posicionamento político por parte do usuário, essa adesão está antes condicionada por um princípio de autoridade do que concordância com o discurso proferido. Essa autoridade é colocada pela posição hierárquica que goza o proponente do discurso, seja pela posição sociocultural que o usuário disfruta na “vida real”, seja por transferir uma suposta autoridade do discurso postado a uma fonte midiática ou a um *meme*. Em quaisquer dos casos, estes expedientes inibem a possibilidade de contrariar o discurso postado sob a pena de ferir a suscetibilidade do proponente, esvaziando-se, assim, a oportunidade de fazer das redes sociais o espaço virtual do embate político, da agonística.

O privilégio da dimensão estética

A obstrução do espaço de embate agonístico, que fortaleceria a dimensão ética e política, significa a diluição da retórica argumentativa em prol do uso quase exclusivo das emoções como recurso persuasivo. O uso sofístico das emoções para seduzir a audiência e desviá-la dos argumentos lógicos e racionais já havia sido contestado desde Sócrates que, não por acaso, seria considerado o precursor da tradição filosófica porque não é senão em torno do seu embate com os sofistas que surge não apenas a filosofia política, mas a própria matriz epistemológica do pensamento ocidental.

O privilégio do componente estético e estilístico (seja nas imagens, seja nas escrituras) na retórica elocutiva desemboca nas redes sociais como uma espécie de *modus operandi* que, embora valorize os sentidos e as emoções, cria uma rede de afetos que antes escraviza do que liberta seus usuários, pois estes tendem a replicar modelos que julgam universais de conduta, seja porque neles creem efetivamente, seja porque não dispõem de argumentos contrários ou coragem de expô-los sem uma censura interna ou externa. O dispositivo binário de curtir – ou não curtir – enfatiza essa suposição, pois se trata basicamente de “gostar” ou “não gostar”, com a vantagem desse “não gostar” não implicar necessariamente negação, pois se pode



alegar que simplesmente não se teve a oportunidade de ver determinado *post*. Assim, mesmo quando a lógica binária poderia levar a um embate que favorecesse uma retórica argumentativa, o negativo perde sua força dialética. Não se cria, portanto, uma rede de afetos que leve o usuário a agir senão a padecer – ou consentir. O padecimento é obviamente minimizado na medida em que essas redes sociais tendem a se formar entre “iguais”, ou seja, entre pessoas que consentem e que compartilham dos mesmos gostos. E, aqui, o gosto adquire uma dimensão estética muito significativa já que esses gostos não podem sofrer nenhuma crítica ética ou política, porque podem implicar exclusão tal como ocorre no mundo não virtual. Alisa-se assim um espaço que não permite ser estriado por argumentos dissonantes, fortalecendo um padrão estético hegemônico e reduzindo o *FB* a um lugar de entretenimento.

Evidentemente, essa sobrevalorização da dimensão estética não elimina seu caráter persuasivo. A “consciência estética” é justamente resultado de uma repetição de um padrão que forma o gosto, mas que, no entanto, poderia ser criativo se o corpo (e não apenas a consciência) fosse submetido a um livre confronto de ideias. Se o corpo estivesse disposto a mais encontros, mais experiências; se pudesse agir em cooperação com outros corpos, ao invés de conferir um princípio de autoridade aos discursos midiáticos que dilui o interesse pelo embate agonístico, este corpo seria mais livre.

Embora compita mais ao orador que ao próprio discurso a arte da persuasão, Aristóteles critica a valorização das emoções em detrimento da argumentação lógica na medida em que a retórica seja uma arte da razão, ou seja, do próprio *logos* (λόγος). Neste sentido, pode-se conjecturar que esse papel de autoridade do orador tem sido relegado ao próprio discurso midiático, supondo que o mesmo tenha alguma capacidade argumentativa e responsabilidade ética. O usuário então se exime tanto do poder de discurso ao não argumentar, como do compromisso ético ao relegá-lo a um terceiro (o discurso midiático). No caso dos *memes*, essa operação torna-se ainda mais servil na medida em que confere a uma “montagem anônima” de imagem e legenda uma autoridade discursiva e a função de prova. Por fim, a falta de compromisso ético atinge seu ápice quando o usuário atribui legitimidade a um *meme* sem perceber que o mesmo denuncia sua ignorância – ou má fé – por enunciar uma mensagem falsa, acreditando estar sendo persuasivo ao relegar a argumentação ao limite de um signo vazio de referência.



Considerações finais

Ainda que se possa acusar a pedagogia do *FB* de favorecer a educação pela recursividade através do dispositivo de compartilhamento; contrariando aqui certas posições acadêmicas, essa utilização de signos vazios não parece ser imposta pelos dispositivos tecnológicos das redes sociais que, ao menos neste caso, antes espelham uma incapacidade ou indisponibilidade generalizada pelos usuários da utilização da retórica argumentativa do que a inibem. O processo de mediação da comunicação coincide, por exemplo, com a “sociedade do espetáculo” denunciada por Debord (1997) e, portanto, antecede às redes sociais. Consequentemente, a mediação do *FB*, ou seja, a espetacularização de suas imagens, de seus textos, ou melhor, de suas imagens enquanto textos, e vice-versa, não é um atributo necessário de sua configuração tecnológica, mas de uma cultura mediada que passou a estetizar seus afetos, relegando sua dimensão ética a um segundo ou terceiro plano.

Estetizar os afetos implica dois procedimentos: sobrevalorizar os sentidos em detrimento da razão, que, por sua vez, implica supor uma cisão entre corpo e mente. Nesse processo, acredita-se que “se deixar levar pelas emoções” significa estar liberto das amarras disciplinares do corpo, quando, ao contrário, exprime sua servidão aos valores socialmente instituídos. Como resultado, a retórica restringe-se aos recursos estilísticos, aos ornamentos, às ênfases, à expressividade dos significantes, em detrimento da argumentação lógica, tal como se observa nas redes sociais como o *FB*.

A revisão crítica dessa estetização dos afetos passa pela superação de alguns mitos e falsas questões. Uma delas é de que o objeto técnico constitui-se no obstáculo epistemológico a ser removido dos processos comunicacionais. Outra é que o corpo constitui-se numa ausência no mundo virtual. Ora, não é o objeto técnico o obstáculo epistemológico, mas a mediação que espetaculariza as imagens e os textos, transformando-os em mercadoria, em objetos sem sujeitos, em signos sem corpos. Tampouco o corpo é uma ausência no mundo virtual na medida em que não há separação entre as palavras e as coisas, entre a razão e os sentidos, entre a consciência e o corpo, entre o corpo e o mundo.



Referências

- ARISTÓTELES. **Retórica**. 2ª ed. Lisboa: Imprensa Nacional, 2005.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs** – capitalismo e esquizofrenia, vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995 a.
- _____. **Mil platôs** – capitalismo e esquizofrenia, vol. 2. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995 b.
- KANT, Immanuel. **Crítica da razão prática**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- LÓTMAN, Iúri. **La Semiosfera I**: Semiótica de la cultura y del texto. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.
- _____. **Cultura y explosión**. Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social. Barcelona: Gedisa, 1999.
- _____. **La semiosfera II**: Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. Madrid: Ediciones Cátedra 2000.
- PLATÃO. **Diálogos II**. Madrid: Editorial Gredos, 1987.
- SPINOZA, Benedictus. **Ética**. 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.