

As regras de ouro dos casais saudáveis: o logos no discurso de autoajuda

Claudiana dos Santos

Neilton Falcão de Melo

Introdução

Em linhas gerais, as estratégias pensadas pelo orador envolvem conceitos fundamentais que tornam o discurso persuasivo. Na prática, como ressalta Meyer¹, é um jogo em que “o sedutor [orador] visa diminuir a [possível] distância [entre si e seu ouvinte] e procede como se esta tivesse sido abolida ou já não tivesse importância”. Na visão desse autor, o orador não vai direto ao ponto daquilo que deseja, prefere propor possibilidades de recusa ou patamares de consentimento, levando, assim, o ouvinte [o seduzido] a achar que sua escolha é de livre vontade.

Dentre os discursos que circulam nas diferentes esferas da sociedade, há um espaço de destaque para a ascensão do discurso de autoajuda. A construção discursiva desse gênero envolve diferentes estratégias persuasivas, a saber: encontrar o sucesso, a felicidade, o desenvolvimento pessoal, a arte de falar em público, descobrir os segredos da mente milionária, influenciar pessoas, encontrar o parceiro/a amoroso/a dos sonhos, educar os filhos, cuidar da saúde física e mental, dentre outras conquistas. Desse modo, o orador busca o assentimento do ouvinte/leitor e, por conseguinte, almeja fazê-lo mover-se para a ação desejada.

Partindo dessa perspectiva, o presente trabalho tem como principal objetivo analisar as estratégias retóricas ligadas ao *logos* na promoção de virtudes nas relações entre casais. O *corpus* analisado são os capítulos ser simpático e ser carismático pertencentes ao livro *As regras de ouro dos casais saudáveis*, do escritor Augusto Cury. A escolha desses capítulos é muito importante, pois representam, na esteira aristotélica, duas virtudes que constituem uma base de conexões fortes e poderosas em qualquer âmbito das relações

1 Meyer, 1998, p. 136.

humanas, sobretudo, questões éticas e morais entre casais contemporâneos. Com efeito, essas questões têm uma estreita ligação com o *logos*, visto que a partir da estrutura do *logos*, as marcas da subjetividade implicam em uma imagem do orador². Assim, por si só o *logos* contém uma contraparte ética e moral.

Para a nossa análise, além da lógica do sedutor, recorreremos aos lugares retóricos e aos argumentos quase-lógicos, no *Tratado da Argumentação*, de Perelman e Olbrechts-Tyteca³. Essa investigação está dividida em seis tópicos: o primeiro, discorre sobre os conceitos de eudaimonia e mediania; o segundo, trata do *logos*; o terceiro, aborda sobre as acepções da autoajuda; o quarto, trata dos argumentos quase-lógicos postulados por Perelman e Olbrechts-Tyteca; o quinto, sobre a amostragem e a análise retórica do *corpus*; o sexto, apresenta as considerações finais. Assim, todos esses pontos descritos estão organizados para mostrar como o discurso de autoajuda atua intrinsecamente de forma persuasiva, por meio do *logos*, na promoção de virtudes nas relações entre casais contemporâneos.

A eudaimonia e a mediania

O filósofo grego Aristóteles (384 a 322 a.C.) escreveu, há mais de dois mil anos, que todos nós, seres humanos, agimos em função de um bem e colocamos esse bem como a finalidade de todas as nossas ações. Na obra *Ética a Nicômaco*⁴, essa finalidade é identificada como eudaimonia, termo grego que pode ser entendido como algo bom, o bem supremo, vida plena, viver bem, felicidade. Esse termo também se refere a uma concepção ética da Antiguidade voltada para o alcance da felicidade como finalidade moral. Em suma, a realização da eudaimonia, conforme descrita por Aristóteles, é uma atividade da alma em conformidade com a virtude.

No entanto, Aristóteles acentua que para ser feliz o indivíduo deve ser virtuoso, visto que a virtude é parte essencial da definição de felicidade. Aristóteles afirma ainda que para atingir essa felicidade, no seu sentido pleno, é indispensável a prática da mediania, uma forma virtuosa da ação humana que se esquia dos vícios, uma ação de excelência dentro da justa medida, do meio-termo⁵. Assim, para atingir essa meta, o ser humano deve ser prudente, moderado, envolver-se em atividades conduzidas pelo exercício racional, no qual as virtudes estão associadas à felicidade, a ações de cooperação com a verdade e a razão, o que certamente não é uma tarefa fácil e requer esforço.

2 Galinari, 2014.

3 Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005.

4 Aristóteles, *Ética a Nicômaco*, 2014.

5 Magalhães; Ferreira, 2000.

No sentido aristotélico, a ética pressupõe que percorramos um caminho de amadurecimento e possamos conhecer mais sobre nossos limites e nossas potencialidades e, assim, colocá-los em prática. No dia a dia, somos considerados bons em razão de nossas atividades virtuosas ou maus devido às nossas ações viciosas, como delibera o próprio Aristóteles⁶: “somos louvados ou censurados por nossas virtudes e vícios”. Por esse viés, o que constitui a felicidade são as virtudes, intelectuais ou morais, sempre representando o “bem agir”. Por se tratar de um princípio racional, o mestre de Estagira divide as virtudes em intelectuais e morais. Para Aristóteles, as virtudes intelectuais podem ser ensinadas e, por isso, requerem tempo e experiência, a saber: a sabedoria filosófica, a sabedoria prática [*phrónesis*] e a compreensão. As virtudes morais [*areté*] são adquiridas pelo resultado do hábito e do treinamento, por exemplo: a liberalidade e a temperança⁷. O exemplo que o estagirita traz para entendermos essa diferenciação é o seguinte: “Ao falarmos do caráter moral de alguém, não nos exprimimos dizendo que é sábio ou dotado de entendimento, mas que é uma pessoa moderada ou sóbria. Mas o louvor também cabe ao homem sábio por sua disposição”⁸.

Concordamos com Santos⁹ quando aponta o posicionamento da filósofa americana Linda Zagzebski sobre as virtudes intelectuais e morais que apresentam aspectos bem similares, e que tal divisão se tornaria inválida. Na visão aristotélica, as virtudes intelectuais estariam mais direcionadas a atividades cognitivas, porém, é possível que em algum momento elas envolvam sentimentos em certa instância ou até mesmo contenham sentimentos com intensidades semelhantes ou mais fortes que aqueles que normalmente acompanham as virtudes morais. Por outro lado, as virtudes morais estão mais ligadas aos sentimentos, no entanto, virtudes como justiça, honestidade e sinceridade podem não ter uma relação tão próxima com o manejo dos sentimentos. Em nosso entendimento, decerta forma, independentemente de serem intelectuais ou morais, as virtudes passam pelo hábito. Portanto, é bastante discutível que haja dissenso sobre essa divisão.

Reportando essas questões para nosso objeto de estudo, a falta de hábitos virtuosos tem levado casais, como afirma Cury¹⁰, a uma relação desinteligente e de instabilidade, em que um passa a ser especialista em reclamar e cobrar do outro. A busca por soluções tem transformado livros de autoajuda como os de Augusto Cury em um dos segmentos com maior crescimento e também como novos *best-sellers* do mercado, como veremos mais adiante.

6 Aristóteles, *op. cit.*, p. 90.

7 *Ibidem*, 2014.

8 *Ibidem*, p. 77.

9 Santos, 2013.

10 Cury, 2014.

O *logos*

O teólogo Claiton André Kunz¹¹ afirma que, com raras exceções entre os historiadores, a proposição do vocábulo *logos* como conceito filosófico é atribuída a Heráclito de Éfeso. No entanto, em nenhum dos fragmentos a que se teve acesso, até o momento, Heráclito define o que é *logos*. O que se tem, na verdade, são pistas deixadas nesses fragmentos que ajudam na compreensão do seu conceito. As pesquisas desse autor dão conta de que esse termo grego pode ser traduzido por uma gama imensa de palavras na língua portuguesa, entre elas, estão: discurso, deus, razão, palavra, alma e consciência.

Desse modo, parece-nos que *logos* abarca um leque de acepções, o que nos leva a refletir sobre o potencial que os filósofos designavam a esse vocábulo. Frisamos que se trata de uma possibilidade sobre a noção de *logos*, pois todas as possíveis definições apresentam defesas históricas e textuais plausíveis, porém inconclusivas. Destacamos também que com o passar do tempo esse termo foi ganhando novas acepções. Modernamente, *logos* é mais utilizado no sentido de discurso.

Não é à toa que na *Retórica*¹², Aristóteles adota o *logos* na sua tríade retórica (*ethos*, *pathos* e *logos*) como uma das provas que o orador utiliza para atingir as emoções e o intelecto do auditório, pois nele estão contidos os mecanismos discursivos e argumentativos que, de forma explícita ou implícita, possibilitam a esse orador conquistar a adesão do público¹³. Na retórica aristotélica essa prova pelo discurso não precisa, necessariamente, corresponder à verdade. A questão ética, nesse caso, cabe ao caráter do orador. Todavia, para a busca da eudaimonia como descreve Aristóteles, são requeridas três qualidades que afiançam o discurso e tornam o orador virtuoso: *phrónesis*, *areté* e *eúnoia*. Consideramos que o conceito de eudaimonia é relevante neste trabalho porque explora o alcance das virtudes e, conseqüentemente, da felicidade, com base na justa medida da ação. Notadamente, falar de Aristóteles não há como fugir do imbricamento entre as três provas retóricas e sua ligação com outros termos, como é o caso da prova pelo *logos*, que pode ter relação com a questão ética (ou não), que está relacionada com o conceito de eudaimonia.

A *phrónesis* está diretamente conectada ao *logos*, considerada pelo mestre de Estagira como a parte mais elevada da alma racional do ser humano. De acordo com Ferreira, é uma espécie de prova em que o orador demonstra características como sensatez, prudência

11 Kunz, 2019.

12 Aristóteles, *Retórica*, 2015 [Coleção Folha. Grandes nomes do pensamento; v. 1].

13 Ferreira, 2019.

e “sabedoria prática refletida no bom uso da mediania entre virtudes e vícios”¹⁴. Com efeito, a inteligência do orador aparece aliada a uma ação prática que move o auditório. A *areté* corresponde às virtudes humanas que precisam ser evidenciadas no discurso. O orador deve parecer sincero, moderado, justo, franco e corajoso ao expor suas ideias e pontos de vista. Porém, esse tipo de virtude deve se enquadrar nos critérios da racionalidade prática [*phrónesis*] e dos aspectos de virtuosidade contidos na mediania, no meio termo entre as virtudes e os vícios. O virtuoso, por exemplo, não se mostra covarde ou temerário, pois conhece a justa medida entre esses dois vícios e encontra, na coragem, o meio termo favorável para seus propósitos. Essa virtude está conectada ao *ethos*, visto que revela a identidade do orador. A *eúnoia*, por sua vez, é a benevolência, está ligada ao pathos. Suas características se dão pelo “gesto solidário de simpatia que se infiltra no discurso como um caminho para mover o auditório a partir de um plano [...] fundamentado no corpo dos recursos persuasivos que provocam efeitos discursivos positivos às intenções do orador”¹⁵. Por exemplo: o orador mostra-se educado, tolerante, amável e confiável a tal ponto que desperta a simpatia do auditório, que se identifica com as suas atitudes e, assim, adere aos seus apelos.

Em suma, na perspectiva aristotélica, o orador provoca o auditório por meio da materialidade discursiva, o *logos*. Com efeito, por meio do *logos*, o orador debate, compartilha, convence, persuade, seduz, demonstra, confirma, nega, defende ou refuta ideias e teses, entre tantas outras ações, além de criar a plausibilidade e a lógica aparente que influencia o auditório à adesão. Esse é um dos fatores determinantes que nos levaram, neste artigo, a analisar estratégias retóricas por meio do *logos* nos discursos de autoajuda, na promoção de virtudes nas relações entre casais.

Ponderações acerca dos argumentos quase-lógicos

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca, a argumentação quase-lógica é caracterizada por ser não formal, mas apresenta-se como comparável a raciocínios formais, sem sê-los de fato. Assim, esse tipo de argumentação (quase-lógica) “se apresentará de uma forma mais ou menos explícita. Ora o orador designará os raciocínios formais aos quais se refere prevalecendo-se do pensamento lógico, ora estes constituirão apenas uma trama subjacente”¹⁶.

14 Ibidem, p. 17.

15 Ibidem, p. 17.

16 Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 220.

Dentre todos os argumentos quase-lógicos, este trabalho se detém apenas nos argumentos por comparação, sacrifício e definição. Detêm-se também sobre os lugares retóricos da qualidade, da quantidade, da essência, da pessoa e lugar da ordem. A escolha desses argumentos se deu por entendermos que o orador recorreu a eles com a finalidade de conseguir a confiança do público leitor/auditório. Por isso, consideramos importante discorrer sobre cada um deles, para mostrar como são conceituados pelos estudos da Nova Retórica. Destacamos que esses recursos argumentativos são materializados por meio do *logos*. Em outras palavras, o *logos* corresponde ao discurso propriamente dito, à argumentação.

Para Perelman e Olbrechts-Tyteca¹⁷, o argumento de comparação acontece na maioria dos discursos, pois “a argumentação não poderia ir muito longe sem recorrer a comparações, nas quais se cotejam vários objetos para avaliá-los um em relação ao outro”. O argumento de sacrifício também se trata de um argumento de comparação, visto que atesta o sacrifício a que se está disposto a se sujeitar, abdicando de outras coisas, para atingir algum objetivo específico. Assim, “na argumentação pelo sacrifício, este deve medir o valor atribuído àquilo por que se faz o sacrifício”. Enquanto isso, o argumento de definição ocorre quando o orador opta por conceituações, classificações de determinados objetos. Dessa forma, compreende-se que “o procedimento mais característico de identificação completa consiste no uso das definições”.

Segundo Ferreira¹⁸, o lugar da qualidade “consiste na afirmação de que algo se impõe sobre os demais de sua espécie por ter mais qualidade”, porque é melhor. Nesse sentido, aquilo que é único e raro sobrepõe tudo o que é comum, corriqueiro. O lugar da quantidade caracteriza-se pela utilização de números. “Encontramos o lugar da quantidade quando se afirma que uma coisa é melhor que a outra por motivos quantitativos”. O lugar da ordem “afirma a superioridade do anterior sobre o posterior”. Nesse tipo de lugar as causas são mais valorizadas do que os efeitos produzidos por ela. O lugar da essência consiste em afirmar “a superioridade dos indivíduos que melhor representam a classe à qual são pertencentes”. São considerados modelos de uma determinada essência. O lugar da pessoa “incide sobre o mérito de um ato realizado por uma pessoa para ressaltar a dignidade, a autonomia, a coragem, o senso de justiça”. Esse lugar retórico ressalta o humano acima de todas as coisas. Essas escolhas feitas pelo orador – que são recorrentes – são construções argumentativas admitidas pelo *logos* evitais para o projeto retórico presumido pelo orador, na construção do auditório.

17 Ibidem, p. 274/282/238.

18 Ferreira, 2017, p. 70/71/73/74/75.

Portanto, todos os tipos de argumentos mencionados e esses lugares retóricos e, ao mesmo tempo da argumentação, são utilizados pelo orador, no *corpus* analisado, como recursos persuasivos para alcançar a adesão do seu público-alvo por meio das escolhas lexicais e da construção discursiva que denotam o poder persuasivo do discurso de autoajuda.

A literatura de autoajuda

Hodiernamente, existe uma gama de discursos que difundem os diferentes métodos e caminhos para alcançarmos a felicidade. Encontramos com muita facilidade manuais e guias que ensinam a ter acesso a essa tal “felicidade”. Tais instrumentos, em sua maior parte, estão associados ao gênero autoajuda e lideram o mercado cultural de livros. No Brasil, em 2020, encontramos dados estatísticos feitos pela Nielsen Bookscan. Os índices comprovam que dos quinze livros mais procurados de 23 de março até 12 de julho, durante a pandemia, dez são de autoajuda, sobretudo financeira¹⁹. O ranking mostra o brasileiro Thiago Nigro no topo, com *Do Mil ao Milhão Sem Cortar o Cafezinho*. Trata-se, pois, de um acolhimento altamente lucrativo, haja vista a perpetuação de um mercado que oferece “conhecimento e informações” de maneira acessível.

De acordo com Rüdiger²⁰, o contexto abarcado pela literatura de autoajuda atribui ao indivíduo, seja ele bom ou ruim, a decisão de meditar sobre sua realidade pessoal, bem como a buscar “modos e direções de mudança pessoal que, não obstante, deve ser organizado pela pessoa que o recebe em relação aos seus próprios problemas”. Ao mesmo tempo que esse indivíduo ganha a suposta autonomia, assistimos ao fenômeno vinculado “a verdadeiras empresas de engenharia da alma que, recorrendo às mais diversas mídias, terminaram transformando o desenvolvimento da personalidade e a procura por autorrealização em motivo de prática popular, dependente do moderno mercado da cultura”²¹.

O espelhamento do discurso de autoajuda não deixa dúvidas no que se refere a atender às demandas por autorrealização instiladas no indivíduo pela modernidade. Exemplo disso, é a publicação do livro *As regras de ouro dos casais saudáveis*, do escritor Augusto Cury, que vislumbra discursivamente a busca do equilíbrio e da felicidade nas relações conjugais, incitando um estilo de vida pseudovirtuoso. Segundo Magalhães e Ferreira²², estudos confirmam que:

19 Informação disponível em: <<https://istoe.com.br/livros-de-autoajuda-pessoal-e-financeira-dominam-o-ranking-da-quarentena/>>. Acesso: 08set. 2021.

20 Rüdiger, 1995, p. 15.

21 Ibidem, p. 16.

22 Magalhães; Ferreira, 2000, p. 167.

Hoje, centenas de livros de autoajuda, por exemplo, tematizam a felicidade e retoricamente instruem os homens sobre como praticar variadas perspectivas do estar confortavelmente no mundo. Normalmente, tais publicações são criadas para um indivíduo, um ser entre outros e, grosso modo, os caminhos indicados são imediatistas e aparentemente alcançáveis: o prazer, a riqueza, as honras, o poder. Outros, poucos, inflamam nos homens uma visão aristotélica de felicidade: a busca do sumo Bem, o melhor dos bens que existe e é objeto de um saber supremo, uma ciência superior às outras ciências: a Política.

As reflexões de Magalhães e Ferreira ilustram as controvérsias que envolvem a produção do gênero autoajuda, no tocante aos caminhos “verdadeiros” na busca da felicidade.

Pensando como Aristóteles, o estudo da virtude encaminha o homem político para o bem e a obediência das leis. Já a felicidade, trafega entre “o viver bem ou o dar-se bem com o ser feliz [o bem agir]”²³. Com base nisso, na próxima seção deste trabalho, analisaremos como o orador desenvolve a argumentação acerca da felicidade e das relações saudáveis. Não nos dirigimos ao estudo de casos conjugais, mas à análise de um discurso “ajudador”, por intermédio de um orador que propaga um discurso regulamentador das relações saudáveis, pautadas por ditames humanos, morais, religiosos e institucionais.

Amostragem e análise retórica do discurso de autoajuda

A obra de autoajuda analisada neste trabalho foi publicada pela editora Academia, com segunda edição no ano de 2014, cuja autoria é atribuída a Augusto Cury. Em nosso trajeto metodológico, optamos pela análise de dois capítulos da obra, intitulados de: *ser simpático* e *ser carismático*. Até o sexto capítulo do livro, o orador instrui seu interlocutor sobre as regras de ouro que descrevem os cárceres emocionais, as armadilhas da mente humana e as emboscadas psíquicas a que os casais frequentemente se submetem e destroem seus relacionamentos, como se fossem tipos de vícios que atravessam as relações dos casais. Nos dois capítulos selecionados como *corpus* deste trabalho, o orador propõe ferramentas e instrumentos de superação no treinamento do Eu como construtor das relações saudáveis, tentando propor uma série de comportamentos que tendem ao equilíbrio para manutenção das relações saudáveis.

Nesse momento, parece-nos importante apresentar, de forma resumida, um quadro das virtudes apresentadas por Aristóteles, assim como as apresentadas pelo orador Au-

23 Aristóteles, 2014, p.49.

gusto Cury. Para isso, fizemos um levantamento no capítulo 7 do Livro II da obra *Ética a Nicômaco* e no livro *As regras de ouro dos casais saudáveis*. Vejamos:

Quadro 1

VIRTUDES DESCRITAS POR ARISTÓTELES	VIRTUDES DESCRITAS PELO ORADOR AUGUSTO CURY
Coragem	Coragem/Proteção de si e do outro/Segurança
Temperança/Moderação/Autocontrole	Equilíbrio/Sensibilidade/Disciplina/Liberdade
Liberalidade/ Magnificência/ Generosidade	Carisma/ Generosidade/Solidariedade/ Companheirismo
Magnanimidade/Justo orgulho	Autoestima/Autoconfiança/Liderança/ Resiliência
Calma (mansidão)	Suavidade/Brandura/Tolerância
Veracidade	Honestidade
Espirituosidade	Espontaneidade
Amabilidade/Gentileza	Simpatia/Cordialidade/Agradabilidade
Modéstia/Integridade	Modéstia
Justa indignação	Empatia/Altruísmo
-----	Proatividade

Fonte: Elaborada pelos autores.

A partir das virtudes apresentadas nesse quadro, entendemos ser importante comparar como agem (como argumentam) os virtuosos na visão de Aristóteles e na visão do orador Augusto Cury. Em comum, tanto Aristóteles quanto o orador Augusto Cury defendem que a virtude está associada à felicidade e não pode ser considerada como algo previamente consolidado no ser humano, ou seja, é uma disposição adquirida pelo hábito. Todavia, a virtude em Aristóteles é determinada por um princípio racional próprio do ser humano dotado de sabedoria prática, enquanto a virtude propagada pelo orador Augusto Cury é uma proposição da literatura de autoajuda mediada por estratégias de comunicação que visam persuadir o público/leitor para adquirir um produto específico, no caso, o livro do autor.

Como primeiro passo da análise, relembremos o conceito de *ethos* prévio na vertente dos estudos discursivos. Nesse sentido, segundo Amossy, é “a imagem que o auditório

faz do locutor no momento em que este toma a palavra”²⁴. Essa construção prévia, em nosso *corpus*, é respaldada pela posição institucional do orador: psiquiatra e psicólogo, reconhecido mundialmente, que por intermédio do *logos* confirma a autoridade e a legitimidade de seu ofício, na condição de orador/escritor.

Nos capítulos iniciais da obra, transitamos por argumentos de quantidade e exemplificação²⁵ que enaltecem a virtude intelectual do orador. A prática do ofício é respaldada por mais de 20 mil sessões de psicoterapia e consultas psiquiátricas. O orador faz menção à aplicação da teoria da inteligência socioemocional (multifocal) que o habilita a ser autoridade no estudo do processo de construção de pensamentos, formação do eu, papéis inconscientes da memória, educação da emoção e formação de pensadores.

Em uma primeira leitura, identificamos como esse orador constrói uma lógica discursiva acerca dos hábitos dignos de louvor, com vistas à felicidade conjugal. O verossímil e o plausível corroboram no entendimento da noção de virtudes.

Percebemos que a articulação de estratégias argumentativas no discurso de autoajuda aparece afetada pelo discurso pedagógico, pois a todo instante há advertências e ensinamentos de como ser simpático e carismático. O exórdio desse discurso é marcado por um ciclo repetitivo de aconselhamento que cria um modelo de auditório inexperiente e dependente. Vejamos o que Perelman e Olbrechts-Tyteca declaram a esse respeito:

O orador tendo muitas das vezes de assumir o papel de mentor, daquele que aconselha, repreende, dirige, deve zelar por não provocar em seu público um sentimento de inferioridade e de hostilidade para consigo: é preciso que o auditório tenha a impressão de decidir com plena liberdade²⁶.

Tal atribuição não é identificada no discurso analisado, logo, o interlocutor é aquele que não sabe decidir e precisa conhecer o funcionamento das relações saudáveis por intermédio dos argumentos utilizados pelo orador. Verificamos um discurso perpassado pelo excesso, contrapondo-se ao que Aristóteles nos diz: “deve-se escolher a mediania e não o excesso nem a deficiência, e que a mediania é determinada pela reta razão”²⁷.

Começamos essa demonstração do excesso por meio das seguintes sequências argumentativas:

24 Amossy, 2018, p. 25.

25 De acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), a argumentação pelo exemplo consiste em recorrer a um caso concreto para proceder a generalizações.

26 Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 396.

27 Aristóteles, *Ética a Nicômaco*, 2014, p. 219.

SA1: “Os simpáticos distribuem livremente sorrisos e cumprimentos, os carismáticos distribuem elogios e promoções [...]. Os simpáticos são poetas do bom humor, os carismáticos são poetas da promoção dos outros [...]”. (p.72)

SA2: “Ser simpático é ser um poeta do bom humor. É acima de tudo distribuir gratuita e generosamente sorrisos e cumprimentos para a parceira ou parceiro. É realçar a durabilidade e a agradabilidade do amor”. (p.74)

SA3: “Os simpáticos dão o que dinheiro não compra para seus íntimos, dão sua alegria, seu ânimo, sua coragem de lutar, sua capacidade de crer na vida mesmo nos dias dramáticos. Os antipáticos abortam o ânimo, fomentam o pessimismo, promovem a timidez e a insegurança. Os simpáticos, por distribuírem sorrisos e cumprimentos, são fontes de sonhos e inspiração. Os antipáticos, por serem sisudos e críticos, são vendedores de tristezas e preocupações”. (p.75)

Identificamos, nos excertos mencionados, a promoção do ideal de felicidade. Na SA1, o orador utiliza-se do **argumento comparativo** e do **argumento de definição**. O **comparativo** para evidenciar as posições de um indivíduo simpático e um carismático (*um distribui sorrisos e cumprimentos, o outro, elogios e promoções*). O **argumento de definição** para conceituá-los (*um é poeta do bom humor, o outro, poeta da promoção dos outros*). Na SA2, temos o **argumento da definição** alicerçado por processos de identificação de um indivíduo feliz em uma construção sistematizada. Na SA3, o orador retoma a argumentação por intermédio da **comparação**, só que dessa vez entre os comportamentos de simpáticos e antipáticos, sendo o primeiro descrito através de práticas virtuosas, enquanto o segundo é dotado de comportamentos míseros, o que diríamos ser viciosos. Na SA3, podemos constatar também o **argumento pelo sacrifício**, visto que, independentemente das intempéries do dia a dia, os simpáticos “*dão o que dinheiro não compra, [...], mesmo nos dias dramáticos*”. Ou seja, para fazer os seus íntimos felizes, os simpáticos fazem esforços imensuráveis, logo, são verdadeiros abnegados. Ainda na SA3, podemos identificar que, implicitamente, o orador faz uso do **lugar retórico da essência**, visto que os simpáticos são simbolicamente apresentados como seres virtuosos, superiores aos antipáticos, ou seja, estariam mais próximos da eudaimonia aristotélica.

Dando sequência às análises, destacamos dois trechos que demonstram as virtudes intelectuais do orador. Na primeira, o seu conhecimento teórico e prático aparece em

forma de crítica; na segunda, o orador incita o interlocutor a adquirir um relacionamento saudável. Vejamos:

SA4: Vinicius de Moraes, o brilhante poeta brasileiro, escreveu com argúcia “que o amor seja eterno enquanto dure”. Essa bela frase embute corretamente a fragilidade do amor, mas reflete a ingenuidade com que o encaramos e o tratamos. Nela o amor é “eterno”, intenso, impactante, pelo tempo que se ama, pelo tempo que dura. Ela esquece que a continuidade ou descontinuidade do amor não depende apenas do universo do amor em si, mas também das habilidades socioemocionais de quem ama e o cultiva. (p. 73)

SA5: “No início do romance, a chegada do namorado ou da namorada é um acontecimento único, que jamais passa despercebido. Com o tempo vem o cárcere da rotina e um olha para o outro no pequeno cosmo do ambiente familiar e muitas vezes eles nem se cumprimentam. Todos os dias os casais deveriam se tocar, dar um bom-dia, alegrar-se com a presença do outro”. (p. 74)

Notamos que na SA4 e na SA5 as virtudes intelectuais do orador são construídas com base em um discurso da experiência, que enxerga a realidade diária dos casais, a rotina e analisa a durabilidade dos laços amorosos por meio do *pathos*. Percebe-se que, embora se trate de táticas argumentativas para adquirir a adesão do público às suas pretensões, a sabedoria filosófica e prática são sustentadas através de um conhecimento de excelência, alguém que é especialista em um determinado campo do saber: Augusto Cury, psiquiatra e psicólogo de renome internacional, criador de uma teoria que explica o funcionamento da mente humana. Todavia, Aristóteles²⁸ adverte-nos que a virtude não pode ser uma simples faculdade de sentir emoções. Lembremos que na ética aristotélica são os bons hábitos que formam as virtudes – ações na justa medida, qualitativas, e não quantitativas –, por outro lado, a ausência das virtudes condicionam os maus hábitos. Assim, tanto virtudes quanto vícios dizem respeito às nossas disposições, e são formados em nós pelo hábito.

28 Aristóteles, *op. cit.*

Encontra-se nesse jogo discursivo uma espécie de fórmula mágica que consegue enquadrar os papéis sociais dos casais²⁹. Conforme Almeida³⁰, não existe a fórmula mágica para uma relação vir a ser perfeita, visto que um relacionamento a dois é atravessado por ciúmes, dependência do outro, egoísmo dos parceiros, falta de paciência e pode não acabar bem. Por outro lado, Almeida defende que as dificuldades de convivência podem ser equilibradas por intermédio do exercício da paciência e da tolerância.

Na oitava regra de ouro, o orador embasa a argumentação no conceito e papéis desempenhados pelos carismáticos. O orador utiliza-se de um raciocínio demonstrativo, a partir de premissas que produzem efeito de sentido de verdade. Vejamos:

SA6: Por sua vez, o carismático está num degrau mais alto na construção das relações saudáveis e felizes. Ele é um poeta da ascensão dos outros. Ele investe diária e continuamente na sua esposa, marido, namorado ou namorada, filhos, alunos, amigos, pais, colaboradores. Como? Distribuindo elogios e promoções. Ele promove características nobres da personalidade, realça o que há de melhor nas reações ainda incipientes e diminutas e alarga as fronteiras das janelas light. [...] Os carismáticos, portanto, são propagadores da felicidade dos outros. [...] Um parceiro anticarismático, além de não promover os outros, chafurda na lama do ciúme. (p.77-78)

SA7: Talvez menos de um em cada cem casais conquista permanentemente uma medalha de bronze e de prata ao mesmo tempo. Em outras palavras, eles são empáticos e carismáticos durante alguns anos de relação e apenas temporariamente distribuem sorrisos e cumprimentos e mais raramente distribuem promoções e elogios. Você conquistou essas duas medalhas? Todos os dias eu procuro conquistá-las. (p.80)

Nos dois excertos, observa-se que as escolhas discursivas do orador tendem a atrair a atenção dos interlocutores, a partir da expressividade retórica e, conseqüentemente, torná-los dóceis e benevolentes. A racionalidade do *logos*, assim, perpassa pela mo-

29 Na visão de Augusto Cury, os casais precisam investir em três estágios que impactam diretamente no social: ser simpático, carismático e empático. Esses estágios são valores defendidos pelo orador ao enquadrá-los como deveres que condicionam o comportamento do/a parceiro/a envolvido/a na relação.

30 Almeida, 2015.

bilização de valores do auditório, por exemplo, ser o parceiro ou parceira que investe na felicidade do Outro. O discurso de uma psicologia motivacional atribui ao casal a responsabilidade de fazer dar certo, sem considerar os fatores previsíveis e imprevisíveis que interferem na felicidade conjugal. Esses valores baseados no reconhecimento, elogios e promoções são atravessados por aspectos emotivos, logo, o Eu é responsabilizado pela felicidade do Outro. Para tanto, visando obter o assentimento às teses apresentadas o orador utilizou-se do *logos* e do *pathos*.

Quanto ao uso dos argumentos, na SA6, observa-se a utilização do **lugar retórico da quantidade** em: “*o carismático está num degrau mais alto na construção das relações saudáveis e felizes*”. Números nunca se furtam de serem persuasivos. Dentro da perspectiva retórica, a forma como o orador organiza, como distribui o argumento, de forma a trazer o convencimento e a dizer quem são os responsáveis pelo problema (casais anticarismáticos) ou pela solução (casais carismáticos), é tudo premeditado. No caso, afirma-se que o carismático é melhor que o não carismático por razões quantitativas. Observa-se nesse excerto o uso de estratégias que valorizam o quantitativo, visto que a pessoa carismática precisa agregar inúmeros comportamentos para sustentar a relação saudável. Ainda na SA6, depreende-se que o **lugar retórico da essência** também está presente, mas de forma implícita, visto que dentro da classe de seres humanos os carismáticos representam o que estaria mais próximo da eudaimonia aristotélica. Podemos observar na SA6 o **lugar retórico da ordem**, pois há uma causa e, em seguida, o efeito produzido por ela. Detalhando melhor, a causa seria as ações do carismático: “*distribui elogios e promoções [...], realça o que há de melhor nas reações ainda incipientes e diminutas e alarga as fronteiras das janelas light*”; os efeitos da causa seria a felicidade das pessoas íntimas: “*Os carismáticos, portanto, são propagadores da felicidade dos outros*”. As ações e os efeitos são importantes, mas os efeitos só acontecem por conta das ações, assim, o anterior é superior ao posterior. Nessa SA6, temos também o **argumento pela comparação**, assim como, pela **definição**. Destarte, as palavras e expressões direcionadas aos carismáticos dificilmente não obteriam boa aceitação dos ouvintes, pois são modelos eficazmente almejados.

Na SA7, o orador argumenta sobre a dificuldade que as pessoas têm para se tornarem carismáticas. Nessa sequência, o orador faz uso do **lugar retórico da quantidade** em dois momentos: “*Talvez menos de um em cada cem casais conquista permanentemente uma medalha de bronze e de prata ao mesmo tempo*” e “*Todos os dias eu procuro conquistá-las*”. E aqui depreende-se que o orador se coloca como superior a quem, simbolicamente, não conquista essas referidas medalhas. Ou seja, ele afirma que faz parte desse um por cento, portanto, é raro. Assim,

podemos inferir que esse orador faz uso do **lugar da qualidade**, opondo-se aos demais de sua espécie. Nesse caso, é como se houvesse uma apologia à imitação e à repetição dos comportamentos espelhados pelo orador. Reportando-nos a Meyer³¹, é algo semelhante a uma publicidade, em que somente a compra de certo produto preencheria as lacunas esperadas por determinado público. Diante disso, percebe-se que a lógica psicologizante do orador é marcada da seguinte forma:

[...]deslocamento da ideia de cultivo de virtudes morais individuais para o desenvolvimento de qualidades da personalidade, o valor não está mais no aperfeiçoamento, que resultaria em sucesso pessoal e se reverteria em prosperidade para a comunidade, e sim, na competição entre os indivíduos, que necessita principalmente de aperfeiçoamento de habilidades pessoais a fim de vencer essas disputas, objetivando exclusivamente o triunfo pessoal³².

Partindo dessa citação, entendemos que termina como uma espécie de síntese do papel que o sujeito deve assumir em busca do seu destino. O termo personalidade deixa de ter o sentido de qualidade moral e passa a ser empregado como algo dependente do desejo do indivíduo. Nesse sentido, “a preocupação moral com a construção do caráter se perde e entra em cena a autossugestão”³³. Assim, a transição do cultivo das virtudes ao desenvolvimento da personalidade é um aspecto propagandístico da literatura de autoajuda.

Considerações finais

Mediante a amplitude do arcabouço aristotélico e sua inegável contribuição para os estudos referentes às virtudes, no presente artigo, tivemos como propósito principal analisar as estratégias retóricas ligadas ao *logos* na promoção de virtudes nas relações entre casais.

Por meio das análises realizadas verificamos que estrategicamente o orador recorre aos argumentos quase-lógicos e utiliza-se dos lugares retóricos para exteriorizar seus argumentos. Materializados no *logos*, esses dispositivos argumentativos são recursos

31 Meyer, 2007.

32 Santos e Cunha, 2015, p. 691.

33 Ibidem, p. 691.

utilizados pelo orador com vistas a persuadir o auditório, representado pelos supostos leitores do referido livro da modalidade genérica denominada de autoajuda. A partir de um plano retórico, visando uma identidade com o auditório, o orador traduz a partir da sua ótica as virtudes e os vícios nas relações conjugais modernas. E para isso, o discurso do orador precisa ser digno de credibilidade, como defende Aristóteles, pois o discurso que aparenta ser verdadeiro torna essa construção bem mais fácil. O orador busca, assim, legitimar a sua tese por estratégias que abrangem a hierarquização de valores diluídos socialmente, no caso específico, o “tão sonhado” sucesso e felicidade na relação conjugal.

Constatamos que a materialização das virtudes foi corporificada no discurso do orador por meio dos argumentos de definição e comparação para conceituar, sobretudo, o que seria um indivíduo simpático e um carismático, como ele se comporta e como age com seus parceiros ou parceiras. Além desses, encontramos o argumento de sacrifício para validar os esforços que os indivíduos fazem para tornar as pessoas íntimas felizes, sejam elas, maridos, esposas, filhos. Observamos também como elemento para a corporificação dos discursos, a presença de lugares retóricos, como o lugar da quantidade, lugar da essência, lugar da qualidade e lugar da ordem. Essa corporificação é a presença do *logos*, que a partir de sua verdade construída/reforçada discursivamente e das ações que ele sugere, é possível perceber o *ethos* que daí aflora, assim como as emoções passíveis de serem deflagradas (o *pathos*).

Partindo do que argumenta o orador, consideramos que, na perspectiva do plano aristotélico, os simpáticos e os carismáticos valem-se da *phrónesis*, visto que agem de forma ponderada, fugindo dos excessos e dos vícios; valem-se da *areté*, já que são virtuosos; valem-se da *eúnoia*, pois são altruístas. Dito de outro modo, agem sempre pelo princípio da mediania (da justa-medida), assim como pela eudaimonia (felicidade), sendo, por exemplo, agradáveis e admiráveis. Por outro lado, esses argumentos, que são utilizados para mostrar as virtudes a partir das ações daqueles que são simpáticos e carismáticos, escancaram os efeitos provocados pelos vícios da grande maioria dos casais, que são antipáticos e anticarismáticos. Outro aspecto relevante consistiu na observação de como a construção da imagem pública (psicólogo e criador da Teoria da Inteligência Multifocal) influenciou na construção discursiva de um orador digno de fé.

Diante da utilização desses inúmeros recursos persuasivos, observamos que o orador (*ethos*) alicerça seu discurso (*logos*) oferecendo as condições necessárias para atingir o auditório (*pathos*) naquilo que para ele é uma virtude, nesse caso, ter um relacionamento saudável. O orador se coloca como virtuoso e constrói um *ethos* baseado nas imagens discursivas de alguém dotado de prudência, que aconselha, que julga os comportamentos bons e ruins. Além disso, direciona discursivamente o que deve ser escolhido e o que

deve ser evitado. No entanto, não mostra como manter um equilíbrio na descrição de comportamentos e virtudes que envolvam os aspectos de formação da conjugalidade.

Observamos que a busca pela felicidade pode ser vista sob diferentes prismas, como bem preconizou Aristóteles, englobando a vida política, contemplativa e a vida dos prazeres. Logo, a literatura de autoajuda tem sido responsável por propagar modelos de felicidade que pouco se aplicam ao conceito de felicidade estudado por Aristóteles, enquanto uma atividade virtuosa da alma. A abordagem da felicidade propagada nesse gênero é mediada por questões mercadológicas.

Finalizamos dizendo que nosso estudo se concentrou, sobretudo, nas primícias do *logos*, mas não podemos esquecer que a análise retórico-argumentativa representativa deste trabalho está embasada na interrelação existente entre *logos*, *ethos* e *pathos*.

Referências

- ALMEIDA, Thiago de *et al.* **Relacionamentos amorosos: o antes, o durante...e o depois**.vol.3. São-Paulo: PoloBooks, 2015. Ebook. Disponível em:https://www.thiagodealmeida.com.br/site/wp-content/uploads/Relacionamentos_amorosos_o_antes_o_durante_e_o_depois_Voume_3.pdf. Acesso em: 20 de abr.2021.
- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. Trad. Dilson Ferreira da Cruz *et al.* 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018, p. 9-28.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução, textos adicionais e notas de Edson Bini. 4. ed. São Paulo: Edipro, 2014.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Prefácio e introdução de Manuel Alexandre Júnior, tradução e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2015. [Coleção Folha. Grandes nomes do pensamento; v. 1]
- CURY, Augusto. **As regras de ouro dos casais saudáveis**. 1. ed. – São Paulo: Planeta, 2014.
- FERREIRA, Luiz Antonio. **Leitura e persuasão: princípios de análise retórica**. 1. ed. 1. reimpressão, São Paulo: Contexto, 2017.
- FERREIRA, Luiz Antonio. Inteligência retórica e vocalidade: constituição e manutenção do *ethos*. In: FERREIRA, Luiz Antonio (org.). **Inteligência retórica: o ethos**. São Paulo: Blucher, 2019. p. 9-23.
- GALINARI, Melliandro Mendes. *Logos, ethos* e *pathos*: “três lados” da mesma moeda. **Alfa**, São Paulo, v. 2, n. 58, p. 257-285, 2014.
- KUNZ, Claiton André, A ideia dologos segundo Heráclito de Éfeso. **Revista Batista Pioneira**, vol. 8, n. 2, p. 247-275, dezembro/2019.
- MAGALHÃES, Ana Lúcia; FERREIRA, Luiz Antonio. Eudaimonia, *ethos* e *pathos*: um olhar sobre o discurso político no século XXI. **Verbum**, São Paulo, v. 9, n. 1, p.166-186, maio/2020.
- MEYER, Michel. **A retórica**. Trad. Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.
- MEYER, Michel. **Questões de retórica, linguagem, razão e sedução**. Lisboa, Edições 70, 1998.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da Argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RÜDIGER, Francisco. **Literatura de autoajuda e individualismo**: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea. Porto Alegre: Editora da UFRS, 1995.

SANTOS, Arci Gardênia Alves; CUNHA, Eduardo Leal. Self-help speech on a weekly news magazine. **Psicologia & Sociedade**, v. 27, n. 3, p. 689-699, 2015.

SANTOS, Breno Ricardo Guimarães. **Virtudes intelectuais e justificação**: duas teorias sobre o caráter cognitivo dos agentes epistêmicos. 2013. 111 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Filosofia, Santa Catarina, 2013.