



LÓGICA INFORMAL

DOUGLAS N. WALTON

O objetivo deste livro é ajudar o leitor a usar métodos críticos para avaliar de forma imparcial e razoável os pontos fortes e fracos dos argumentos. Os muitos exemplos de argumento estudados neste texto são amostras comuns, embora controversas, provenientes de fontes como debates políticos, argumentos jurídicos, disputas internacionais sobre política externa, controvérsias científicas, perguntas de consumidores, problemas éticos e questões de saúde. Qualquer argumento que ocorra, por exemplo, no contexto de um debate acalorado, de um conflito de opiniões, de um processo de persuasão racional, de questionamento, de crítica ou de interrogatório pode ser proveitosamente analisado pelos métodos expostos.

LÓGICA INFORMAL

LÓGICA INFORMAL

MANUAL DE ARGUMENTAÇÃO CRÍTICA

Douglas N. Walton

Tradução

ANA LÚCIA R. FRANCO

CARLOS A. L. SALUM

Revisão da tradução

FERNANDO SANTOS



wmf **martinsfontes**

SÃO PAULO 2012

*Esta obra foi publicada originalmente em inglês com o título
INFORMAL LOGIC por The Press Syndicate of the University of Cambridge.*

Copyright © Cambridge University Press, 1989.

*Copyright © 2006, Livraria Martins Fontes Editora Ltda.,
São Paulo, para a presente edição.*

1ª edição 2006

2ª edição 2012

Tradução

ANA LÚCIA R. FRANCO

CARLOS A. L. SALUM

Revisão da tradução

Fernando Santos

Acompanhamento editorial

Luzia Aparecida dos Santos

Revisões gráficas

Helena Guimarães Bittencourt

Marisa Rosa Teixeira

Dinarte Zorzanelli da Silva

Produção gráfica

Geraldo Alves

Paginação/Fotolitos

Studio 3 Desenvolvimento Editorial

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Walton, Douglas N.

Lógica informal : manual de argumentação crítica / Douglas N. Walton ; tradução Ana Lúcia R. Franco, Carlos A. L. Salum ; revisão da tradução Fernando Santos. – 2ª ed. – São Paulo : Editora WMF Martins Fontes, 2012.

Título original: Informal logic.

Bibliografia.

ISBN 978-85-7827-564-8

1. Lógica 2. Raciocínio I. Título.

12-03381

CDD-168

Índices para catálogo sistemático:

1. Argumentação : Lógica 168

Todos os direitos desta edição reservados à

Editora WMF Martins Fontes Ltda.

Rua Prof. Laerte Ramos de Carvalho, 133 01325.030 São Paulo SP Brasil

Tel. (11) 3293.8150 Fax (11) 3101.1042

e-mail: info@wmfmartinsfontes.com.br <http://www.wmfmartinsfontes.com.br>

4. APELOS À EMOÇÃO

A argumentação que ocorre no ambiente coloquial dos apelos persuasivos do dia-a-dia está fortemente entrelaçada com sugestões e nuances emocionais. Como exemplo, a propaganda de sucesso parece consistir, em grande parte, em bem-orquestrados apelos às emoções. E é bastante plausível afirmar que muitas controvérsias e debates políticos são decididos com base nos apelos e lealdades emocionais, tanto quanto no raciocínio desapassionado.

O ataque pessoal é tão eficaz como tática de argumentação por causa de seu forte apelo às emoções, como será mostrado no Capítulo 6. Este capítulo, entretanto, trata de diversos outros tipos de argumentos, tradicionalmente considerados problemáticos ou falaciosos porque usam o poder de certas emoções básicas. Vamos nos concentrar, especialmente, na piedade, no medo e na solidariedade de grupo.

A retórica popular é uma argumentação destinada a persuadir um público-alvo ou leitorado. O objetivo é criar uma ligação pessoal com esse público, estabelecer um vínculo pes-

soal entre o argumentador e os que recebem sua mensagem. Quando essa relação emocional é bem construída, a pessoa a quem o argumento é dirigido é levada a confiar na pessoa que se dirige a ela, a lhe dar sua lealdade e a suspender as críticas e questões características da argumentação e do diálogo racional. A retórica pessoal é, portanto, dirigida mais aos instintos que à razão. O apelo emocional procura atingir as reações irrefletidas da pessoa na tentativa de driblar o questionamento crítico e a avaliação lógica que normalmente caracterizam o diálogo racional. Muitas vezes, tais apelos são táticas que transgridem a primeira das regras negativas do diálogo persuasivo, apresentadas no Capítulo 1. Ou seja, são tentativas de se furtar à obrigação de arcar com o ônus da prova numa argumentação.

Tradicionalmente, numa argumentação, os apelos à emoção são vistos com desconfiança e até mesmo rotulados categoricamente de falácias lógicas. Na argumentação racional, há uma tendência a comparar a “razão imparcial” com “as paixões” e a desconfiar destas últimas. Em geral, essa tendência aparece também em textos lógicos, em que os apelos às emoções são tratados como inerentemente ilógicos e sujeitos a forte censura¹.

Mas, às vezes, a decisão de se deixar levar por uma reação emocional, como o medo, pode ser uma conclusão justificada e acertada, favorável à sobrevivência. Além disso, muitas argumentações em temas polêmicos, como política ou religião, podem se basear justificadamente em convicções apaixonadas. Quando há costumes e valores em jogo, ignorar nossos “instintos decentes” pode nos fazer negligenciar algumas das



1. Ver Hamblin (1970) e Walton (1987).

melhores razões para adotar uma posição. A política democrática de países livres nos mostra que a lealdade política baseada em instintos ou no apelo a fontes profundas de convicção emocional pode ser uma parte legítima e importante dos discursos eleitorais e do diálogo político. Os discursos de Lincoln eram profundamente emocionais, o que não deve nos levar a concluir que eram intrinsecamente falaciosos ou ilógicos. Longe disso. Justamente por apelar aos nossos instintos profundos a respeito do que é certo, seus argumentos são considerados mais fortes e decisivos.

Assim, nem sempre é fácil discernir quando os apelos emocionais numa argumentação podem ser justificadamente criticados por motivos lógicos. As decisões práticas para agir são muitas vezes tomadas, acertadamente, com base na experiência pessoal, que pode se manifestar em forma de emoção ou de um “sentimento visceral” a respeito da melhor maneira de proceder. Não há nada errado nisso, e, muitas vezes, a prática e a experiência podem ser nossos melhores guias. Um especialista técnico que o aconselha sobre a solução de um problema baseado em seu instinto a respeito do melhor a ser feito pode estar lhe dando o melhor dos conselhos (prova externa).

Mas o entrave apresentado pelos apelos emocionais é que eles tendem a ser argumentos intrinsecamente fracos (plausíveis). O problema, assim, é ignorar argumentos mais fortes e mais objetivos, quando existem, deixando-se seduzir pela força de atração dos interesses e emoções pessoais. Os apelos emocionais podem nos induzir a deixar de lado as perguntas corretas ou mascarar uma falha na sustentação de um argumento (regras negativas 6 e 4 da Seção 1.4). Os apelos às emoções

são diversionismos eficazes que podem ser usados para encobrir qualquer uma das falhas definidas pelas regras negativas do diálogo persuasivo, apresentadas no Capítulo 1.

4.1 ARGUMENTUM AD POPULUM

A falácia *ad populum* (ao povo) é tradicionalmente definida como o apelo ao entusiasmo coletivo ou a sentimentos populares com o intuito de ganhar aceitação para uma conclusão que não se sustenta em boas provas. É fácil ver a eficácia desse tipo de estratégia numa argumentação. A maioria prefere pensar que suas opiniões estão de acordo com as tendências em voga e não gosta de sentir que não está acompanhando os estilos aceitos ou as principais opiniões do momento. Um argumentador que usa a persuasão em sua área de atividade não iria muito longe se desconhecesse as opiniões mais em voga e as visões aceitas por seu público-alvo.

O comercial descrito a seguir é citado muitas vezes como um exemplo de apelo *ad populum* em argumentação persuasiva:

Exemplo 4.0

Um comercial de televisão de um seguro de vida mostra uma cena de uma família feliz fazendo um piquenique nas margens de um rio. Estão pescando e se divertindo. O texto do comercial é uma série de *slogans* sobre como é feliz a vida em família, incluindo expressões como “paz de espírito hoje” e “segurança para o futuro”. A companhia de seguros é definida como um lugar onde a família e o agente de seguros podem “resolver as coisas juntos”. Nenhuma menção é feita aos planos oferecidos, aos preços ou a qualquer outro dado de interesse para quem queira pesquisar qual é a melhor cobertura e quais os melhores preços.

Não é difícil perceber por que mensagens comerciais desse tipo são tantas vezes citadas como casos de falácia *ad populum*. A cena mostrada no comercial é cuidadosamente produzida para apelar com sucesso ao sentimento popular. O agente de seguros é retratado como um homem paternal em quem se poderia confiar, e assim por diante. Mas, concentrando-se exclusivamente nesse apelo, a mensagem do comercial não nos passa nenhuma informação útil sobre os benefícios relativos dos planos de seguro daquela companhia. O apelo agradável do comercial toca o coração do público-alvo mas não oferece informações sobre os aspectos pertinentes do produto, que deveriam ser importantes na decisão racional de adquirir algum tipo de cobertura dessa companhia.

Numa mensagem como a desse comercial, o que parece mais falacioso e passível de crítica é o que ela omite. O apelo ao sentimento não é, em si mesmo, uma coisa ruim. O que é passível de crítica é o uso do apelo à emoção como substituto para informações genuinamente úteis. Nossa crítica poderia ser, então, que o apelo ao sentimento nas cenas da família feliz não é pertinente, ou tem uma pertinência apenas marginal, à verdadeira questão que deveria ser abordada pela mensagem do comercial. Será que a cobertura oferecida por essa empresa é um bom negócio, que oferece vantagens sobre a concorrência? O comercial inteiro parece evitar de maneira sistemática a questão. Em outras palavras, neste caso a falácia *ad populum* parece ser falta de pertinência (regra de argumentação negativa 5 da Seção 1.4).

Se a companhia de seguros recebesse essa crítica, como você acha que ela poderia responder? Poderia responder que seu negócio é vender seguros, e para isso é preciso ser compe-

titivo. É preciso chamar a atenção para o produto. É evidente que a empresa chegou à conclusão de que a melhor maneira de atingir esse objetivo é apresentar um comercial com apelo popular. Talvez pudesse dizer que, se o comercial se limitasse a apresentar fatos e números sobre custos e benefícios da cobertura, o público ficaria entediado e a concorrência faria melhor negócio apresentando comerciais mais atraentes. Afinal, o momento para discutir fatos e números, e taxas, poderia dizer a companhia, é quando se fala pessoalmente com o agente de seguros. Portanto, ela poderia argumentar que, num comercial de televisão, o tipo de abordagem baseado no apelo popular é pertinente e não é falacioso.

O que dizer diante desse tipo de réplica? Em primeiro lugar, é preciso reconhecer que a réplica se baseia em dois argumentos sólidos sobre as alegações de falácia emocional.

O primeiro é que não há nada de errado *per se* em apelar ao sentimento popular². Às vezes decidimos confiar nas pessoas com base em nossos instintos, o que nem sempre é ruim, embora seja sensato tomar cuidado. Num mercado de massa, uma empresa só terá sucesso se seus produtos ou serviços forem bem aceitos. Não é errado apelar ao público ou ao eleitorado, e, na verdade, isso é algo que às vezes pode ser racional e louvável. Temos que admitir, portanto, que a companhia de seguros não comete necessariamente uma falácia ao chamar a atenção do público para o seu produto de maneira competitiva.

O segundo argumento é que, se o objetivo da companhia de seguros é chamar a atenção para o seu produto e para si mesma, ela pode nem ter a pretensão de apresentar um argu-



2. Ver a discussão deste argumento em Walton (1987).

mento racional – premissas e conclusão contendo informações sobre as apólices e assim por diante – em sua mensagem comercial. Em vez de aceitar o ônus da prova, pode ser que o comercial esteja apenas dizendo: “Confie em nós. Somos uma grande e confiável companhia com valores iguais aos seus. Da próxima vez que for fazer um seguro, pense em nós como uma possibilidade.” Observe que, se essa é a mensagem, nem ao menos está claro se o objetivo do argumento é persuadir o telespectador dos benefícios das apólices de seguro da companhia. Trata-se antes de um apelo subjetivo para que o telespectador veja na companhia uma opção confiável. Se é assim, não é tão evidente que o apelo às emoções que a companhia de seguros faz não é pertinente. Isso depende de qual é, ou deveria ser, o propósito do comercial como tipo de argumentação.

O problema, neste caso, é que a mensagem da companhia de seguros parecia ser falaciosa porque o apelo aos sentimentos do público caracteriza um argumento não-pertinente. Mas, se as réplicas da companhia a essa objeção forem aceitáveis, pode ser que ela nem esteja tentando argumentar a favor das vantagens de suas apólices. Em suma, se não há um ônus de prova objetiva, talvez não haja falácia nem não-pertinência. Ou, em todo caso, pode não ser tão fácil nem evidente determinar em que consiste exatamente a alegada falácia, e as réplicas disponíveis para o defensor de um apelo ao público como o do exemplo 4.0 podem conter alguns pontos razoáveis.

No entanto, o que interessa é que muitos sentem, com razão, que houve uma evasão nesse tipo de apelo ao público. Pode ser que a mensagem da companhia de seguros tenha que incluir apelos emocionais e populares para ser competitiva, mas certamente deveria incluir também alguns fatos pertinentes

para o consumidor inteligente. Em vez de apelar ao mínimo denominador comum, a mensagem deveria conter informações úteis. Quem acha que a verdadeira questão é o valor do seguro dessa companhia para o consumidor tem base para uma crítica por não-pertinência. Mesmo que o simples uso do apelo emocional não seja em si mesmo uma falácia, poder-se-ia replicar que, ainda assim, pode ser uma falácia furtar-se ao ônus da prova, já que faltam argumentos objetivos sobre o valor do produto dessa companhia.

Em suma, portanto, a questão é saber se é razoável recair sobre a companhia de seguros o ônus da prova, tendo ela que fornecer informações em seus comerciais, além do apelo emocional. Se assim for, a crítica *ad populum* é justificada. Se não, haveria certa justificativa para a crítica ser contestada.

Até agora, o que é passível de crítica num argumento *ad populum* é o uso do apelo emocional para disfarçar o fato de a verdadeira questão não ser abordada. Mas tais críticas têm que ser cuidadosamente avaliadas porque, no estágio de confrontação, ainda há lugar para determinar qual é a verdadeira questão. Qual é o verdadeiro propósito de um comercial de televisão? Convencer o espectador a comprar um produto em razão de suas qualidades ou chamar a atenção para o produto com o objetivo de aumentar o “reconhecimento da marca”? O espectador que aceita sem críticas uma mensagem comercial por aquilo que ela não é pode estar deixando de fazer as perguntas certas e ignorando melhores fontes, que lhe permitiriam chegar a uma decisão informada. Essa falha pode não ser tanto uma falácia, mas simplesmente uma bobagem.

4.2 O ARGUMENTO DA POPULARIDADE

Um dos tipos de argumento mais citado como exemplo de falácia *ad populum* é o discurso político do tipo “linguajar simples do interior”. Por exemplo, suponha que um candidato que seja doutor em economia esteja se dirigindo a um grupo de agricultores num ambiente rural. O político tem uma “fazenda de lazer” para complementar o salário de consultor e professor universitário. Parte do seu discurso transcorre da seguinte maneira:

Exemplo 4.1

Outro dia, quando eu estava trabalhando no campo, vendo o sol brilhando sobre o trigo, comecei a refletir como tinha ficado difícil para o homem do campo ganhar a vida. Somos nós, agricultores, que alimentamos a nação, e temos que tomar uma posição firme do lado da liberdade contra os coletivistas e outros parasitas que estão nos depenando com impostos cada vez mais altos e regras restritivas de mercado. Nós, os bons cidadãos, os produtores que trabalham a terra para alimentar a nação, temos que nos juntar para lutar por nossos direitos e pelos interesses da maioria dos que contribuem produtivamente para nosso padrão de vida neste grande país.

É fácil detectar o aspecto artificial dessa argumentação, e, sem dúvida, o público a quem ela se destinava também o perceberia. O orador não é, na verdade, um agricultor em tempo integral, mas tenta se passar por um para apelar aos sentimentos de solidariedade de grupo desse público. Qual é, então, a falácia?

Naturalmente, uma das críticas é que o orador não é um agricultor de verdade, e, portanto, seu apelo é baseado numa postura falsa, uma espécie de hipocrisia ou mentira. Por cau-

sa da postura fraudulenta e das tentativas desajeitadas de ganhar simpatia, sentimos que talvez pretenda fazer o público de bobo. No entanto, essas falhas não são necessariamente falácias e nem mesmo argumentos incorretos. Pode ser apenas que sua tentativa de persuadir seja desastrada e pouco convincente. O problema não é que qualquer apelo à solidariedade de grupo seja intrinsecamente errado ou falacioso, mas que a tentativa desse homem é ruim. O erro pode não estar num argumento falacioso, mas apenas num discurso malfeito, o que não é necessariamente um erro de lógica, mas uma falha de comunicação com o público.

É claro que esse argumento poderia ser criticado por falta de pertinência. Mas, como o discurso talvez não tenha uma tese ou conclusão estabelecida, esse não é o problema.

Pode ser também que o orador tenha se esforçado demais para atingir o público apelando ao seu orgulho e interesses de maneira exclusiva e transparente, a ponto de tentar se passar, sem muito sucesso, por um deles. Assim como o argumento *ad hominem* apela à posição pessoal do oponente, o argumento *ad populum* visa a posição do grupo a quem se dirige no diálogo de persuasão. Em vez de apresentar premissas objetivas que qualquer pessoa razoável aceitaria, o argumento *ad populum* usa premissas que podem ser fracas mas têm um forte apelo retórico aos sentimentos de solidariedade de grupo do público. Tal apelo, seletivamente subjetivo, está sujeito a ser chamado de falacioso.

Mas será que é? Veremos, no Capítulo 6, que o argumento *ad hominem*, apesar de se dirigir à posição de um argumentador em particular, nem sempre é falacioso. Poder-se-ia dizer o mesmo aqui.

Num país democrático, qualquer ponto de vista ou argumento político só é eficaz no fórum de debates se apelar positivamente à grande maioria do eleitorado. Então, não há nada de errado na argumentação de um político cujo objetivo seja fazer um apelo a uma maioria ou a um público determinado de eleitores. Vimos que, no diálogo persuasivo (discussão crítica), os argumentos são dirigidos à posição do oponente, o que é correto. No debate político, se o político quer convencer o público do seu ponto de vista a respeito de uma questão, ele tem que usar, como premissas, proposições com as quais esse público está comprometido, ou que pode ser convencido a aceitar. Nos países democráticos, o debate político é essencialmente uma arena de combate, e, para ser bem sucedido, o político tem que dirigir seu argumento, com muito cuidado, ao público que ele quer convencer a apoiar sua posição. Esse elemento combativo da argumentação política democrática não tem, em si, nada de errado. Ele só se torna falacioso, ou pelo menos passível de crítica, quando está sujeito a excessos ou abusos específicos. Quais são, portanto, os erros associados ao apelo *ad populum*?

Um argumento implícito no próprio apelo *ad populum* é que, em geral, a opinião popular não determina a veracidade de uma questão. Em outras palavras, as duas formas de inferência a seguir não são, em geral, dedutivamente válidas:

(P1) Todo o mundo aceita que A seja verdadeiro.

Logo, A é verdadeiro.

(P2) Ninguém aceita que A seja verdadeiro.

Logo, A é falso.

Chamaríamos (P1) e (P2) de formas básicas do *argumento de popularidade*. Nesse caso, um argumento de popularidade

pode ser considerado fraco quando trata (P1) ou (P2) como um argumento dedutivamente válido ou mais forte do que permitem as provas. Em outras palavras, se tudo o que o argumentador tem a oferecer como premissa para a conclusão de que A é verdadeiro (ou falso) é o fato de que muita gente aceita que A seja verdadeiro (ou de que ninguém aceita que A seja verdadeiro), então seu argumento provavelmente é fraco. E decerto não é dedutivamente válido. Então, ao tratá-lo como um argumento forte, ou mesmo válido, seu proponente comete um erro de avaliação e seu argumento fica sujeito à crítica racional.

No entanto, é preciso tomar cuidado. Mesmo não sendo formas dedutivamente válidas de argumento, (P1) e (P2) podem representar formas mais fracas de argumento que, no entanto, podem, no diálogo, transferir racionalmente o ônus da prova. Se eu me proponho a defender uma proposição que todos consideram falsa ou extremamente implausível, o ônus da prova que me é imposto será muito mais pesado do que se eu defender uma conclusão que todos consideram plausível ou até verdadeira.

Da mesma forma, há casos em que (P1) e (P2) são argumentos fracos que têm algum valor de plausibilidade, podendo induzir alguém a assumir uma determinada linha de ação em situações em que falta o conhecimento objetivo dos fatos mas há necessidade de uma decisão prática. Por exemplo, estou atrasado para tomar o trem e não sei onde fica a plataforma, mas vejo um monte de gente indo numa determinada direção. Então, pergunto a alguém onde fica a plataforma e a pessoa me responde: “Aquelas pessoas estão indo para a plataforma. É por ali.” É possível que essa pessoa esteja enganada

me dando uma informação errada. Mas, a menos que eu tenha motivos para acreditar nisso, é razoável agir com base no pressuposto de que a pessoa está provavelmente (ou plausivelmente) certa e me dando uma boa informação. Logo, (P1) e (P2) são formas fracas de argumentação mas que às vezes são razoáveis. Ou seja, os argumentos *ad populum* não são intrinsecamente errados, mas, por serem fracos, podem facilmente resultar em erros.

Desse modo, a falácia *ad populum* tradicional costuma ser uma combinação de dois tipos principais de erro de argumentação. Um é a falta de pertinência. O outro é o mau uso do argumento de popularidade, um argumento fraco que pode ser superestimado ou considerado mais decisivo do que realmente é. Muitas vezes, os dois erros se combinam, porque um argumento fraco pode desviar nossa atenção de considerações mais pertinentes ou mascarar o fato de que esses outros argumentos estão ausentes e não foram considerados.

4.3 PROBLEMAS DOS APELOS À POPULARIDADE

Operar com base no consenso do que a maioria quer, ou do que a maioria faz, é uma forma comum de decidir como agir. Esse tipo de argumento para decidir como agir no nível pessoal não tem nada de intrinsecamente errado. No entanto, os problemas surgem com frequência quando o argumento de popularidade é usado para tentar persuadir alguém a agir da mesma maneira.

Em geral, os políticos procuram convencer o povo a seguir suas orientações porque, alegam eles, é isso que a maioria dos cidadãos quer. Mas será mesmo? Pode-se recorrer a pes-

quisas, mas a opinião pública é volúvel e muda depressa. Politicamente, pode ser mais inteligente ir mais fundo e verificar os motivos de uma determinada orientação ou até mesmo se ater a uma conclusão impopular, pois o que é popular num momento tende a se tornar impopular quando as circunstâncias mudam.

É comum os argumentos de popularidade conterem um apelo ao que é correntemente aceito como costume ou padrão de comportamento no grupo com o qual o argumentador quer se identificar ou citar como fonte autorizada de normas. Mas existe, muitas vezes, um elemento de “pressão do grupo” implícito nesses argumentos. Considere o exemplo 4.2:

Exemplo 4.2

Mãe: Achei que você ia dizer “Muito obrigada” por todo o trabalho que eu tive para preparar sua festa de aniversário.

Filha: Mãe, hoje em dia as pessoas não dizem mais essas coisas.

Não há dúvida de que a filha sente que teve a última palavra nessa questão. Mas, se sua alegação é verdadeira e as pessoas com quem ela convive não têm sensibilidade ou boas maneiras para agradecer quando é o caso, talvez isso reflita simplesmente a falta de bons valores ou a imaturidade. Portanto, a identificação com o grupo não deve ter a palavra final. Resta saber se os valores ou padrões desse grupo são justificáveis.

Quando uma prática é aceita como costume ou padrão por um grupo dominante ou popular, é preciso um argumento forte para ir contra os precedentes estabelecidos. Mas sempre existem exceções aos costumes, e pode haver grupos de oposição com costumes diferentes. A questão, muitas vezes, é

saber que grupo é mais “avançado” ou moderno, ou seja, mais de acordo com a visão correntemente aceita. Mas pode ser difícil sustentar com provas verdadeiras a alegação de que este ou aquele grupo é o dominante num determinado momento. Mesmo que haja provas, é preciso saber se a prática em questão pode ser justificada como padrão de comportamento bom ou razoável.

Em alguns casos, o argumento de popularidade vem misturado com uma espécie de apelo fraco à autoridade. O argumento é que todo o mundo que é informado, civilizado, esclarecido etc. está fazendo uma determinada coisa. Logo, você também precisa fazer isso:

Exemplo 4.3

Se votarmos a favor da restauração da pena de morte no Canadá, nós, juntamente com alguns poucos Estados, seremos a única jurisdição do mundo ocidental com pena de morte. Nenhum país da Europa tem pena de morte. A Nova Zelândia não tem. A Austrália não tem. Ela existe por escrito na Bélgica, mas desde 1945 não houve nenhuma execução naquele país. Foi abolida em todos os outros países ocidentais. Estaremos nos juntando a regiões como a África e a Turquia, que não são modelos de civilização democrática ou de direitos humanos.³

Alegando que todos os países civilizados baniram a pena de morte e dando a entender que os países que adotam a pena capital são menos civilizados, esta argumentação usa uma tendência em voga para criar um pressuposto contra a pena capital. Contudo, mesmo que as estatísticas do argumentador



3. Este exemplo é baseado num argumento que o autor ouviu numa entrevista com um político no programa da CBC *This Week in Parliament* de 28 de fevereiro de 1987.

estejam corretas e mesmo que a maioria dos países ocidentais tenha banido a pena de morte, pode-se perguntar se esses países são os únicos modelos de civilização democrática e de direitos humanos. Mesmo que se aceite esse argumento, no entanto, existe a possibilidade de que eles mudem de política caso os principais defensores da pena de morte apresentem, no atual contexto penal, argumentos mais fortes. Se esses países não têm a pena de morte, devem ter razões para tal, já que existem argumentos contrários ou favoráveis a essa política. O importante, então, é examinar tais argumentos em vez de pressupor que esses países devem estar certos porque são “modelos de civilização democrática”. Esse apelo à popularidade é, na melhor das hipóteses, um argumento fraco.

O apelo popular traz ainda outro tipo de problema, que ocorre quando o argumentador tenta subverter ou encerrar o diálogo racional fechando a possibilidade de que o público seja receptivo a qualquer ponto de vista contrário. É o caso, por exemplo, do argumentador que recorre a certos vínculos para se unir ao público numa causa comum, excluindo quem é estranho ao grupo de interesses comuns. Os estranhos são definidos como inimigos em potencial, a quem não se deve dar ouvidos nem levar em consideração. É como se o argumento passasse a mensagem de que o importante é a solidariedade de grupo, de forma que é preciso excluir logo de início qualquer ponto de vista contrário ou não lhe dar atenção alguma.

Um exemplo desse tipo de retórica com base no apelo popular é dado por Bailey (1983, p. 134), que cita um discurso de Walter Reuther, de 1957, sobre a corrupção nos sindicatos:

Exemplo 4.4

Acho que estamos todos de acordo em que a maioria absoluta dos líderes trabalhistas americanos é composta por pessoas decentes, honestas e dedicadas, que deram uma grande contribuição à custa de muito sacrifício pessoal, ajudando a construir um movimento trabalhista decente neste país... Acreditamos que a liderança do movimento trabalhista americano é uma função sagrada. Acreditamos que este não é o lugar para as pessoas que querem usar o movimento trabalhista para ganhar dinheiro fácil.

Uma análise racional desse discurso revela que ele tenta situar sua conclusão além de qualquer objeção, apresentando-a como um fato com o qual todos têm que concordar. E, de fato, ao ouvinte não sobra espaço para nenhuma argumentação. A mensagem *ad populum* exclui o diálogo racional. “Nós”, que aceitamos o movimento, estamos incluídos. As “pessoas que querem... ganhar dinheiro fácil” estão excluídas. Em outras palavras, ou você adere à posição do movimento trabalhista ou é um estranho sem moral e contra o movimento. Essas são as opções. Como comenta Bailey (1983, p. 135), esse tipo de tática *ad populum* é a “retórica da pertença”. Se você não pertence, então sua palavra não vale nada e seu ponto de vista não importa.

O que é contestável nesse tipo de apelo *ad populum* não é apenas o fato de o argumento ser fraco, como os outros tipos de argumento *ad populum* aqui mencionados, mas também a tentativa de frustrar a argumentação e o diálogo racional impondo dogmaticamente a própria posição. Neste caso, a tática sujeita a crítica é a exclusão irracional de qualquer argumentação futura. É o problema do fim prematuro do diálogo, que contraria a regra do estágio final, a última das regras negativas do diálogo persuasivo apresentadas na Seção 1.4.

4.4 APELOS AMEAÇADORES À FORÇA

A falácia *ad baculum* é definida, tradicionalmente, como um apelo à força ou uma ameaça para que alguém aceite a conclusão de um argumento. *Ad baculum* significa, literalmente, “com o báculo ou porrete”. Em geral, os exemplos desse tipo de falácia mencionam o uso de “métodos truculentos” e “bandos de intimidadores”:

Exemplo 4.5

Segundo R. Grunberger, autor de *A Social History of the Third Reich*, publicado na Inglaterra, os nazistas costumavam enviar o seguinte aviso aos leitores alemães que deixavam sua assinatura vencer: “Nosso jornal certamente merece o apoio de todos os alemães. Continuaremos a lhe enviar seus exemplares e esperamos que você não queira se expor a conseqüências desagradáveis em caso de cancelamento.” (*Parade*, 9 de maio de 1971)⁴

É fácil ver por que esse tipo de ameaça ou apelo à força é contrário aos objetivos e aos métodos do diálogo racional. No diálogo racional, o argumentador deve ter liberdade para decidir por ele mesmo se aceita ou não uma conclusão, com base nos argumentos favoráveis e contrários a ela. A ameaça da força não deixa essas opções em aberto e tenta bloquear as possibilidades de diálogo livre.

Por outro lado, um apelo à força pode, em alguns casos, não ser totalmente irracional. Por exemplo, alguns países contam com uma legislação que impõe penalidades severas a quem dirige alcoolizado. Embora tais leis pareçam constituir



4. O exemplo 4.5 chamou pela primeira vez a atenção do autor em *Introduction to Logic*, de Irving M. Copi, em que é citado como um caso de falácia *ad baculum*.

um recurso à força ou à ameaça de intervenção enérgica, pode-se argumentar que elas não são irracionais. É possível argumentar que tais leis são justas e necessárias e que não é falacioso usá-las em mensagens de utilidade pública como argumento contra dirigir embriagado. Certamente, não fica claro por que chamar a atenção do público para a existência dessas leis, com o objetivo de desestimular tal prática, deva ser considerado um argumento falacioso.

Retomemos o exemplo 4.5. Por que esse argumento é falacioso e o caso do motorista alcoolizado não é? Pode-se afirmar que o argumento do exemplo 4.5 representa uma ameaça capaz de aterrorizar quem a recebe, ao contrário do outro caso, que transmite uma advertência e não uma ameaça. Mas qual é a diferença entre uma ameaça e uma advertência? Se, por dirigir bêbado, a pena é dois anos na cadeia ou num campo de trabalhos forçados, muita gente vai se sentir ameaçada por ela. Em geral, o que diferencia a ameaça da advertência é a forma de entendê-las, o que em muitos casos é difícil de prever. É certo que advertir alguém de um perigo ou de conseqüências perigosas pode não ser falacioso de modo algum, mas os dois casos acima parecem constituir uma ameaça ou uso de força, assim como uma advertência.

Talvez tenhamos a tendência de ver uma diferença significativa entre os dois casos porque achamos que uma penalidade é razoável, enquanto a outra não é. Provavelmente pensamos que é possível montar uma argumentação sólida a favor de penas severas para quem dirige alcoolizado. Mas sentimos que todo o mundo deve ter liberdade para decidir que jornal vai ler. Recorrer a ameaças para obrigar alguém a ler um determinado jornal não é justo nem racional.

Essa distinção, no entanto, é uma questão de opinião. Em alguns países, como a URSS, por exemplo, os leitores não têm escolha. O *Pravda* é a fonte oficial de notícias e os jornais estrangeiros são proibidos por lei. Será que isso quer dizer que um argumento *ad baculum* pode ser falacioso nos Estados Unidos mas não na Rússia? Uma conclusão como essa é inaceitável. Para fazer uma distinção entre o que é falacioso e o que não é, não podemos nos basear apenas em opiniões sobre o que é racional ou quais leis são justas. Não é fácil dizer, portanto, qual é a diferença significativa entre esses dois casos de recurso à força. O que torna um deles possivelmente legítimo e o outro não?

A principal diferença talvez seja que a pena por dirigir embriagado parece se basear em argumentos racionais que podem ser contestados ou sustentados pelo diálogo racional, pelo menos em parte. O contexto do exemplo 4.5 sugere, no entanto, que se alguém tentasse discutir com os representantes do jornal nazista seria espancado ou talvez mandado para um campo de concentração. Já no outro caso, mesmo que vigorasse uma lei proibindo de dirigir alcoolizado, se alguém questionasse sua equidade, esperaria ouvir, como resposta, argumentos razoáveis a favor da lei. Em suma, o aviso nazista é um tipo essencialmente irracional de intimidação porque não apresenta nenhum argumento racional que prove a necessidade de assinar esse jornal, não se tolerando nenhuma contestação ou questionamento a tal argumento – pelo menos, é o que se deduz do contexto do exemplo 4.5. Assim, o problema neste caso é semelhante ao do argumento *ad populum* que examinamos (exemplo 4.4), em que a tática ilícita era a tentativa de encerrar prematuramente o diálogo racional. No

caso de quem dirige embriagado, a lei também é enérgica, mas permite a consideração racional das razões que a justificam. Você tem que seguir a lei, mas pode questionar ou discutir sua razoabilidade sem medo de coação.

Esses dois exemplos indicam que os apelos à força têm que ser examinados com cuidado, pois nem todos são falaciosos. É preciso estar preparado para explicar claramente por que um determinado apelo à força pode ser considerado um caso de erro ou falha *ad baculum* na argumentação.

Vimos que a falácia *ad baculum* é definida como a ameaça da força. Só que em alguns casos é preciso ter cuidado para distinguir entre ameaça e advertência. Suponha que Lois seja uma repórter de jornal que está investigando um possível caso de conspiração criminosa. Seu entrevistado faz as seguintes observações:

Exemplo 4.6

Se eu fosse você, teria muito cuidado. Pode ser muito perigoso continuar com essa reportagem. Não faz muito tempo, ameaçaram a família da pessoa que estava investigando essa gente e depois passaram por cima dela com uma escavadeira.

Entendidas como ameaças, essas observações podem ser consideradas um exemplo de argumento errôneo *ad baculum*. Mas muito depende de quem as fez, do que a repórter sabe sobre essa pessoa e do tom de voz usado por ela ao fazer as observações. Pode ser que a pessoa esteja sinceramente preocupada com a segurança da repórter e esteja até se expondo ao adverti-la do perigo que está correndo. Nesse caso, suas observações podem ser interpretadas como uma advertência e de modo algum como uma ameaça. Talvez não tenham sido fei-

tas como ameaças e não devam ser entendidas como tal. Se é essa a interpretação correta, acusar essa pessoa de ter cometido uma falácia *ad baculum* seria uma crítica injustificada e incorreta. Nesse caso, é o tipo de ocorrência de discurso envolvida no diálogo que determina se o ato discursivo é uma ameaça ou uma advertência.

Muitas vezes, embora seja racional supor que um argumento contém uma ameaça, são poucas as provas inequívocas que podem ser claramente documentadas. As ameaças costumam ser veladas porque uma ameaça clara pode acarretar sanções legais e de outros tipos. Assim, mesmo quando fica razoavelmente claro que foi feita uma ameaça, pode ser problemático ou até mesmo impossível citar provas irrefutáveis:

Exemplo 4.7

Oral Roberts, pregador fundamentalista, anunciou um ultimato vindo de Deus: ele tinha que levantar oito milhões de dólares em um ano, até 31 de março. Caso contrário, morreria. O reverendo Roberts se retirou à sua Torre da Oração para jejuar e rezar pelo dinheiro. O pregador disse no seu programa de televisão, em rede nacional, que sua vida terminaria no final de março se o dinheiro não tivesse sido levantado até então: “Vou ficar na Torre da Oração até a vitória ou até que Deus me chame de volta para casa.”⁵

Será que esse pedido contém uma ameaça? Muitos tenderiam a interpretar as declarações do reverendo Roberts como um tipo de ameaça. Mas sem dúvida ele o negaria, alegando que o resultado estava nas mãos de Deus.



5. Notícia da Associated Press, “Roberts Ransom Assured”, *Winnipeg Free Press*, 22 de março de 1987, p. 1.

Por outro lado, o discurso do reverendo Roberts tem a forma clássica de uma ameaça: “Faça isso ou uma coisa ruim vai acontecer.” Mas será esse o seu argumento? A questão de ele ter cometido ou não uma falácia *ad baculum* depende da interpretação do seu ato discursivo.

4.5 OUTROS PROBLEMAS AD BACULUM

Um problema que o apelo *ad baculum* tem em comum com outros apelos emocionais é o fato de nem sempre ficar claro se uma decisão tomada com base em emoções ou instintos é realmente um argumento. A suspeita existe porque a decisão foi tomada com base no medo, no interesse, na autopreservação ou no instinto, e não com base em provas.

Em geral, o comportamento animal é definido pelo instinto. Mas há casos em que tal comportamento parece ser uma espécie de processo racional em que uma emoção domina a outra:

Exemplo 4.8

Um pássaro que está sendo fotografado por um naturalista pousa na abertura da toca, junto a um riacho, com um peixinho no bico para alimentar os filhotes. Com medo do *flash* da câmera, a mãe pássaro recua e vai embora, voando. Mas volta alguns minutos depois para alimentar os filhotes. O comentarista descreve a situação dizendo que o instinto maternal da mãe pássaro dominou o medo do *flash* da câmera.

Será que o pássaro fez uma espécie de raciocínio prático (voltado a objetivos) com base em seus instintos e sua percepção da situação? Se fez, pode ser que muitos apelos emocio-

nais não substituam a razão por emoções, mas se baseiem numa espécie de argumento ou raciocínio. Muito depende do que chamamos de “raciocínio” nesse tipo de situação.

Da mesma forma, o prisioneiro que “confessa” sob ameaça pode não estar se comportando de maneira ilógica nem abrindo mão da razão para se entregar às emoções. Ele pode estar apenas respondendo a um tipo diferente de argumento ou baseando sua decisão num tipo de raciocínio prático que põe a sobrevivência acima da verdade, pelo menos naquele momento. Portanto, existem aqui algumas questões relativas ao apelo *ad baculum* como tipo de argumento⁶. Talvez ele envolva um tipo de argumentação ou raciocínio a que não estamos acostumados na lógica tradicional e que é difícil de interpretar por causa de sua natureza emocional e instintiva. Mas, seja ou não um raciocínio, ele é uma tática eficaz usada na argumentação e uma forma de chegar a uma linha de ação.

A lição é que o apelo *ad baculum* é usado na argumentação como tática para influenciar indevidamente um oponente. Quando isso ocorre, nem sempre é necessário determinar se esse tipo de tática é ou não um tipo especial de raciocínio. O importante é avaliar seu uso como estratégia de argumentação que pode infringir uma ou mais regras negativas do diálogo persuasivo.

Geralmente, os problemas que os apelos *ad baculum* apresentam são semelhantes aos problemas dos argumentos *ad populum*. Às vezes, a ameaça de força é usada como diversionismo emocional não-pertinente à verdadeira questão. Por isso, para abordar um discurso que contém um apelo *ad baculum*,



6. Ver também Walton (1987).

é importante identificar qual é a conclusão a ser provada. Assim, identificar o argumento que contém o apelo *ad baculum* pode ser importante.

Pode haver casos em que a ameaça não seja usada como argumento, ou parte de um argumento, para persuadir alguém a fazer alguma coisa ou a aceitar uma conclusão. Quem fez abertamente a ameaça pode argumentar – em alguns casos com razão – que não havia ligação entre a ameaça e a conclusão em questão:

Exemplo 4.9

Ed Brutus, figura do submundo do crime, é acusado de usar de ameaças para forçar Shakey Trembler, dono de uma cadeia de pizzarias, a torná-lo sócio do negócio. Ed Brutus admite que ameaçou usar de violência física contra Shakey Trembler. No entanto, ele argumenta que sua ameaça foi uma reação ao fato de Trembler se recusar a quitar um empréstimo.

Será que Brutus tem um argumento razoável para se defender da acusação de que está recorrendo a ameaças para forçar ilegalmente Trembler a se associar a ele? Cada caso é um caso, mas, aqui, temos que admitir a possibilidade de a ameaça de Brutus não ter a intenção de forçar Trembler a se associar a ele.

Isso mostra que o simples fato de uma ameaça ter sido feita não justifica a alegação de que uma falácia *ad baculum* foi cometida com relação a um argumento ou caso específico. Ou seja, a ameaça pode não estar relacionada à conclusão apresentada pelo argumentador de modo que justifique a alegação de que foi cometida uma falácia *ad baculum*. Se foi feita tal alegação mas a ameaça feita pelo argumentador não é

pertinente à conclusão do seu argumento, a alegação de falácia *ad baculum* infringe a regra 5 das regras negativas do diálogo persuasivo, apresentadas na Seção 1.4. Outras transgressões dessas regras podem estar associadas a diferentes casos de falácia *ad baculum*.

A intimidação tem sido usada como tática não apenas para desviar um argumento, mas até mesmo para tentar impedir que ele seja colocado ou para impedir que o diálogo prossiga⁷:

Exemplo 4.10

O julgamento do grupo terrorista Ação Direta foi adiado nos tribunais franceses por causa de uma ameaça sofrida pelo júri. O réu ameaçou o júri com os “rigores da justiça proletária” no primeiro dia do julgamento, perguntando: “Gostaria de saber: por quanto tempo os jurados poderão contar com medidas de segurança?” O grupo Ação Direta assumiu a responsabilidade por muitos ataques terroristas cometidos na França, e a polícia suspeitou que o recente assassinato de um executivo francês teve como objetivo assustar o júri. Evidentemente, as táticas de intimidação foram bem sucedidas, pois o julgamento teve que ser adiado indefinidamente porque vários jurados deixaram de comparecer.

Nesse caso, a pergunta feita pelo réu não diz explicitamente que os jurados sofrerão algum mal. Do ponto de vista semântico, a pergunta se refere a medidas de segurança. No entanto, como era de esperar, os membros do júri entenderam essa pergunta como uma ameaça. Na verdade, não deixavam de ter razão, diante do que se sabia ou se suspeitava sobre as atividades do grupo Ação Direta.



7. Fred Coleman, “A Threat of Proletarian Justice”, *Newsweek*, 22 de dezembro de 1986, p. 38.

No caso, a pergunta pode ser considerada uma quebra nos procedimentos do diálogo racional, já que o réu a usou como tática para transmitir uma mensagem emocional com o objetivo de subverter ou impedir o processo de diálogo a ser iniciado. Ao fazer essa pergunta ameaçadora, o réu não deixa claro qual é o seu argumento nem o que está querendo dizer com tal pergunta, já que a ameaça é implícita e não explicitamente expressada. Mesmo assim, fica claro que ele está impedindo o diálogo com esse gesto contrário ao diálogo racional. Assim, do ponto de vista do diálogo como processo legítimo do sistema legal, a ameaça contida na pergunta deve ser considerada contestável e sujeita a críticas, na medida em que se relaciona à argumentação a ser iniciada no julgamento.

A conclusão da disputa deveria vir do diálogo, que deveria conduzir o júri a chegar a um veredicto com base nas provas apresentadas no julgamento. No entanto, a manobra *ad baculum* provocou um curto-circuito no processo de diálogo, impedindo que se chegasse a uma conclusão com base nas provas disponíveis. Em vez disso, para garantir a segurança do júri, a questão ficou sem solução.

Quando é difícil ou impossível detectar um conjunto preciso de premissas num apelo *ad baculum*, pode ser que a petição emocional não seja formada por proposições, mas por outras unidades de discurso. Uma advertência, por exemplo, pode ser uma proposição, ou seja, uma unidade de discurso que pode ser verdadeira ou falsa. Mas uma ameaça pode não ser verdadeira nem falsa, nem ter pretensões a tal. Uma advertência é uma previsão de que algo vai ou pode acontecer, podendo ser verdadeira ou não. Mas uma ameaça não é verdadeira nem falsa. As ameaças são avaliadas de outra maneira, como

convincentes ou vazias, efetivas ou fracas. Mas, a rigor, elas não são verdadeiras ou falsas como o são as proposições. Portanto, as observações que transmitem ameaças podem nem ser proposições. Logo, podem nem ser um argumento, mas apenas parte de um argumento adjunto.

Ao avaliar uma crítica *ad baculum*, é preciso examinar com cuidado quais são as justificativas existentes para interpretar um apelo à força como uma ameaça. Mesmo que haja provas de uma ameaça, o segundo passo da análise é descobrir se o argumento contém algum erro específico que o transforme em falácia. Uma ameaça de força pode ser rude, cruel, ilegal ou imoral, mas isso não significa necessariamente que seja uma falácia ou um argumento falho.

A crítica *ad baculum* é apropriada quando há um erro de argumentação, uma transgressão de algum procedimento de diálogo racional ou, ao menos, alguma coisa que impeça o diálogo racional. Assim, nem sempre uma ameaça é uma falácia. Um discurso ou uma ação podem ser condenáveis sem ser necessariamente ilógicos, falaciosos ou destituídos de argumentos racionais.

4.6 APELOS À PIEDADE

Outro tipo de apelo à emoção é o *ad misericordiam*, ou apelo à piedade. Ele é falacioso quando envolve o mesmo erro encontrado nos dois tipos anteriores de apelo emocional – ou seja, quando é usado para desviar a atenção da ausência de provas pertinentes que deveriam ter sido apresentadas para justificar a conclusão. Sob esse aspecto, a falácia *ad misericordiam* é apenas outra variante da falácia *ignoratio elenchi*, exce-

no pelo fato de o elemento diversionista usado como *modus operandi* neste caso ser o sentimento de piedade.

Os exemplos a seguir são típicos da falácia *ad misericordiam*. No primeiro, o exemplo 4.11, o advogado de defesa argumenta a favor de seu cliente, acusado de assassinato. No exemplo 4.12, um aluno pede ao professor que aceite seu trabalho fora do prazo, sem nenhuma penalidade:

Exemplo 4.11

Meu cliente vem de uma família pobre e trabalhadora, da parte mais pobre da cidade. Como vocês podem ver, ele é apenas um jovem, cuja inaptidão física e traumáticas cicatrizes emocionais fizeram de sua vida uma luta cruel na selva das ruas assoladas pelo crime. Ele mesmo é uma vítima, uma pessoa que foi esmagada por forças fora de seu controle.

Exemplo 4.12

Sei que este trabalho está seis semanas atrasado e que o exame final acabou, mas tenho muitos problemas pessoais. Tenho que trabalhar meio período para pagar a escola e tenho enfrentado problemas emocionais. A pessoa com quem eu morava me deixou e meu cachorro morreu. Além disso, minha avó está muito doente. Mesmo assim, eu já teria entregue o trabalho, mas minha máquina de escrever quebrou e eu não tinha dinheiro para pagar o conserto. Só falta este curso para eu me formar, mas, se repetir, não vou poder continuar no país para terminar a faculdade porque minha viagem de volta para casa já está marcada.

No exemplo 4.11, é preciso indagar se o advogado pretende que o júri esqueça a questão da culpa ou inocência do seu cliente, acusado de roubar e depois assassinar um idoso, suscitando piedade por suas condições especiais. Neste caso, a falácia é um exemplo clássico de *ignoratio elenchi* e

também uma falácia *ad misericordiam*, já que apela ao sentimento de piedade.

Outro ponto a respeito de 4.11 é que, como se trata de um crime cruel, o apelo à piedade não parece apropriado. Mas, fosse o crime menos sério, o mesmo apelo talvez não parecesse tão descabido. Como observou Hamblin (1970, p. 43), a mera aceitação de uma proposição pode não ser a única coisa em jogo quando o diálogo é uma ação judicial ou um discurso político: “Uma proposição é apresentada basicamente como uma orientação para a ação, e, no que diz respeito à ação, não é tão claro que a piedade e outros sentimentos não sejam pertinentes.” No exemplo 4.11, temos motivo para ficar em guarda e não permitir que o eficaz apelo à piedade nos desvie da verdadeira questão, que é a culpa ou inocência do réu pelo crime de que é acusado. Mas, decidida essa questão, pode ser que a condição do réu seja pertinente à decisão de ele merecer ou não um abrandamento da sentença. Com respeito a isso, o apelo à piedade pode ser pertinente.

No exemplo 4.12, o professor tem que decidir se aceita ou não o trabalho atrasado. É uma decisão ética, que deve ser tomada com base no seguinte: se o aluno tem um atestado médico ou se há provas documentadas de alguma outra razão legítima para o atraso, como por exemplo a morte de um parente ou um acidente de trânsito, então o professor deve tomar ou permitir medidas especiais. No entanto, a menos que ele tenha certeza de que há um bom motivo para considerar o caso uma exceção, aceitar o trabalho significa discriminar os outros alunos da classe que o entregaram no prazo, mesmo que alguns deles também tenham tido dificuldades especiais. Se o professor aceitar o trabalho pelo motivo muito fraco de sentir pena desse aluno, vão dizer que qualquer

um que tenha uma história triste para contar pode entregar o trabalho com atraso: “Afinal, fulano entregou o trabalho com atraso, e minha história é parecida com a dele.” Essa exigência de coerência no tratamento de casos semelhantes é um tipo comum de argumento que examinaremos mais profundamente no Capítulo 9.

Sob certos aspectos, o exemplo 4.12 é semelhante ao exemplo 4.11. Para tomar uma decisão, o professor tem que levar em conta circunstâncias especiais, mas o apelo à piedade não deve desviá-lo da questão básica: foi fixada uma data para a entrega do trabalho e cabe ao aluno o ônus da prova, tendo que mostrar por que seu caso deve ser tratado como exceção. No entanto, é tarefa do professor avaliar o aluno, que não deve ficar isento de uma punição razoável pelo atraso nem ganhar uma nota que não mereceu só para concluir o curso e não perder a passagem de volta para casa. O suposto problema pode ser averiguado, e, se for o caso, talvez possa ser feita alguma recomendação no sentido de solucioná-lo. O que esse exemplo mostra é que é preciso discernimento para determinar a pertinência do apelo à piedade em cada caso. Embora a piedade possa ser pertinente para a tomada de decisões, é preciso averiguar com cuidado se o apelo à piedade é ou não um bom motivo para aceitar a conclusão do argumento do apelante.

4.7 APELOS EXPLÍCITOS E EVOCATIVOS À PIEDADE

Muitos pedidos de ajuda ou assistência usam apelos explícitos à piedade. O exemplo 4.13 é um anúncio⁸ de página in-



8. *Newsweek*, 4 de março de 1985, p. 75.

teira, pedindo aos leitores que enviem dinheiro para auxiliar as vítimas da fome na Etiópia. Boa parte da página é tomada pela fotografia de uma criança chorando, pateticamente faminta, sentada num cobertor sujo e rasgado. O apelo à piedade praticamente salta aos olhos de quem contempla a foto da criança miserável. O texto começa com um título em letras grandes, que diz: **ETIÓPIA: A MAIS DEVASTADORA CRISE HUMANITÁRIA DA NOSSA ÉPOCA**, e continua assim:

Exemplo 4.13

**HÁ ALGUMA COISA
QUE VOCÊ PODE FAZER A RESPEITO
DESTA TRAGÉDIA...**

Você viu as reportagens...

- Milhares de pessoas morrem de fome todos os dias!
- Mais de 6 milhões de pessoas estão ameaçadas de morrer de fome.
- Nos próximos 60 dias, mais de 100.000 podem vir a morrer por causa da fome e das doenças a ela relacionadas.

A HORA DE AGIR É AGORA!

EIS O QUE VOCÊ PODE FAZER PARA AJUDAR!

Sua doação de \$15 é suficiente para alimentar uma criança faminta durante um mês! Apenas \$30 podem alimentar duas crianças durante um mês. E \$75 são suficientes para suprir as carências alimentares emergenciais de uma família de cinco pessoas durante um mês!

No final da página há um cupom para ser enviado com a doação.

O exemplo 4.13 é um apelo direto à piedade que, mesmo assim, parece apropriado e justificado nesse caso. Há muitas

provas de que existe fome na Etiópia e de que muitos milhares de inocentes morrem por causa disso. Devemos, de fato, reagir com simpatia a essa terrível situação e tal reação inclui a piedade. Além disso, essa reação emocional, humanitária, serve de base para a ação. É difícil que alguém negue tudo isso. Em outras palavras, nesse caso o apelo à piedade não é falacioso.

Isso nos ensina que é preciso tomar muito cuidado para não cair na armadilha de concluir apressadamente que qualquer apelo à piedade é uma falácia *ad misericordiam*. Conforme o caso, a piedade é uma reação humana legítima e racional, podendo até ser uma base sólida e inteligente para a ação.

No entanto, mesmo no caso do exemplo 4.13 ou em outros casos semelhantes, temos que ter cuidado para determinar exatamente qual é a conclusão do argumento. Podemos concordar que a situação da Etiópia é lastimável e exige que se faça alguma coisa. Mas o que fazer exatamente é outra questão. O auxílio às pessoas em dificuldades pode ser muito difícil por causa da burocracia internacional envolvida e dos problemas de transporte em países com poucas estradas e veículos. Desse modo, quem se propõe a ajudar as vítimas da fome tem que averiguar se a agência responsável pelo anúncio tem condições de fazer com que a ajuda chegue a essas vítimas. No caso desse anúncio, várias celebridades da televisão são citadas como “amigas” da agência em questão e pedem que você venha “participar desse esforço humanitário”. Se você, como potencial doador, acha que o apoio dessas celebridades é um argumento relativamente fraco, que não o leva a concluir que a agência vai ou pode distribuir a ajuda que você está disposto a dar, então tem algumas perguntas a fazer. Mas, se você acha que a questão não recebeu a devida atenção ou

que não é suficientemente respaldado pelos argumentos apresentados no anúncio, então tem uma base razoável para considerar o anúncio um caso de apelo *ad misericordiam*.

4.8 SUMÁRIO

Embora se desconfie da emoção – algo muitas vezes observado por filósofos e que continua a acontecer –, deve ficar claro que não há nada de falacioso *per se* num apelo à emoção. O medo é uma emoção valiosa para a sobrevivência. A piedade pode motivar uma ajuda humanitária a alguém que está sofrendo. No entanto, como somos tão fortemente levados pelos sentimentos, pode lhes ser atribuído um peso indevido na argumentação, o que tende a levar a certos erros.

O filósofo romano Sêneca achava que a razão é digna de confiança porque considera apenas o que está em questão, enquanto as emoções são movidas por “coisas supérfluas alheias ao caso”⁹. O erro básico que se deve procurar num apelo à emoção é o de não-pertinência. É preciso determinar qual é ou deveria ser a questão de um determinado argumento e depois avaliar se o apelo emocional é pertinente a ela.

Há dois tipos questionáveis de argumento *ad populum* que ocorrem: (1) quando, em vez de uma premissa pertinente, é apresentado um ato de discurso que expressa um apelo não-pertinente ao sentimento popular; ou (2) quando o apelo ao sentimento popular é pertinente, embora fraco, e se faz passar por um esforço sério de cumprir a obrigação de apresentar uma prova. Outro tipo de argumento *ad populum*, muitas



9. Sêneca, *De ira* I, XVII.5-VIII.2.

vezes contestável, é a falácia da popularidade, que usa estas duas formas de argumento como argumentos válidos e mais fortes do que realmente são:

(P1) Todo o mundo aceita que A seja verdadeira.

Logo, A é verdadeira.

(P2) Ninguém aceita que A seja verdadeira.

Logo, A é falsa.

Tanto (P1) quanto (P2) são formas fracas de argumento, mas que às vezes são racionais. Por exemplo, ao avaliar uma proposição que é amplamente aceita e não tem provas em contrário, é mais racional supor que ela seja verdadeira do que supor que ela seja falsa. Mas tal pressuposto é uma questão de plausibilidade, não de prova objetiva. Se os argumentos (P1) e (P2) forem superestimados, um apelo *ad populum* pode se apresentar como tática para encobrir a ausência de provas referentes ao que está em pauta.

Outro aspecto falho do argumento *ad populum* se revela quando o argumentador se concentra exclusivamente nos comprometimentos do público a que se dirige. É típico do argumento *ad populum* procurar forjar um vínculo entre o argumentador e seu público. É como se o argumentador dissesse: "Eu sou um de vocês. Todos nós pertencemos ao mesmo grupo." O problema desse tipo de argumento é que pode não haver uma tentativa séria de fornecer provas suficientes. O argumentador, ao reafirmar o comprometimento do público, pode estar criando um clima acolhedor de solidariedade emocional. Mas, nesse caso, temos que perguntar se o orador está realmente argumentando a favor da conclusão que deveria provar. Se não, será que sua afirmação do comprometimento

do público é ao menos pertinente a essa conclusão? Pode ser que ele esteja apenas pedindo que o público aceite essa conclusão por razões puramente emocionais.

Outro tipo de falácia *ad populum* ocorre quando o orador tenta pôr fim ao diálogo racional dividindo o mundo em “nós” e “eles”. A falácia, neste caso, é a tentativa de excluir ou de encerrar prematuramente a argumentação racional. A falácia *ad baculum* também pode assumir essa forma. A ameaça do uso da força pode ser empregada para dar a entender que qualquer argumento racional será inútil, ou até mesmo perigoso. No entanto, é preciso lembrar que nem todos os apelos à força são argumentos falaciosos e que pode ser difícil distinguir claramente entre uma ameaça e uma advertência enquanto atos de discurso.

O apelo à piedade pode ser a base de uma explicação legítima ou de um pedido de indulgência. Portanto, ao avaliar tais apelos, é preciso ter cuidado para determinar qual é a verdadeira questão. O apelo à piedade não deve desviar a atenção da questão principal, mas pode ser legítimo levá-lo em conta ao decidir por um curso de ação. Como no caso do apelo emocional, é preciso determinar aqui qual é a verdadeira questão da argumentação e avaliar a pertinência do apelo a essa questão.

Esse mesmo tipo de abordagem deve ser usado para argumentos que contêm uma ameaça de força ou um apelo ao medo. Nesse caso, temos que resistir à tendência de tachar automaticamente tais argumentos de falácia *ad baculum*. É verdade que condenamos o uso da força em geral e que a ameaça de força é condenável, mas isso não quer dizer que o recurso a uma ameaça de força seja sempre uma falácia lógica. O ora-

ador pode falar de modo rude, imoral, ilegal ou até mesmo cruel sem usar argumentos falaciosos nem transgredir as regras de argumentação aplicáveis ao caso. No entanto, o uso de apelos emocionais ao uso da força pode ser um sério sinal de argumento fraco ou não-pertinente e até mesmo uma tentativa de subverter o diálogo racional. Desse modo, apelos como esse têm que ser examinados com cuidado através dos passos habituais da análise. Qual a conclusão que o orador deveria provar? O apelo ao uso da força se limita a um conjunto específico de proposições que podem ser premissas? Se forem, as premissas são pertinentes à conclusão? Se não, será que o argumento é fraco e até mesmo destituído de premissas? Será que o apelo à força está sendo usado para convencer ou persuadir a pessoa a quem o argumento é dirigido a aceitar a conclusão? São essas as perguntas a serem feitas ao se abordar cada caso.

Muitos dos tipos de apelo emocional que examinamos são basicamente falhas de pertinência, como estudamos no Capítulo 3. Mas cada um desses tipos de apelo emocional tem determinadas características que merecem uma análise individual, já que são lances de argumentação com os quais é preciso ter cuidado. Geralmente é um mau sinal quando o diálogo se torna muito emotivo e se aproxima demais do nível pessoal. Os objetivos da argumentação podem estar mais próximos da querela pessoal do que do diálogo racional. O problema pode estar em fazer uma mudança dialética de um contexto para o outro.