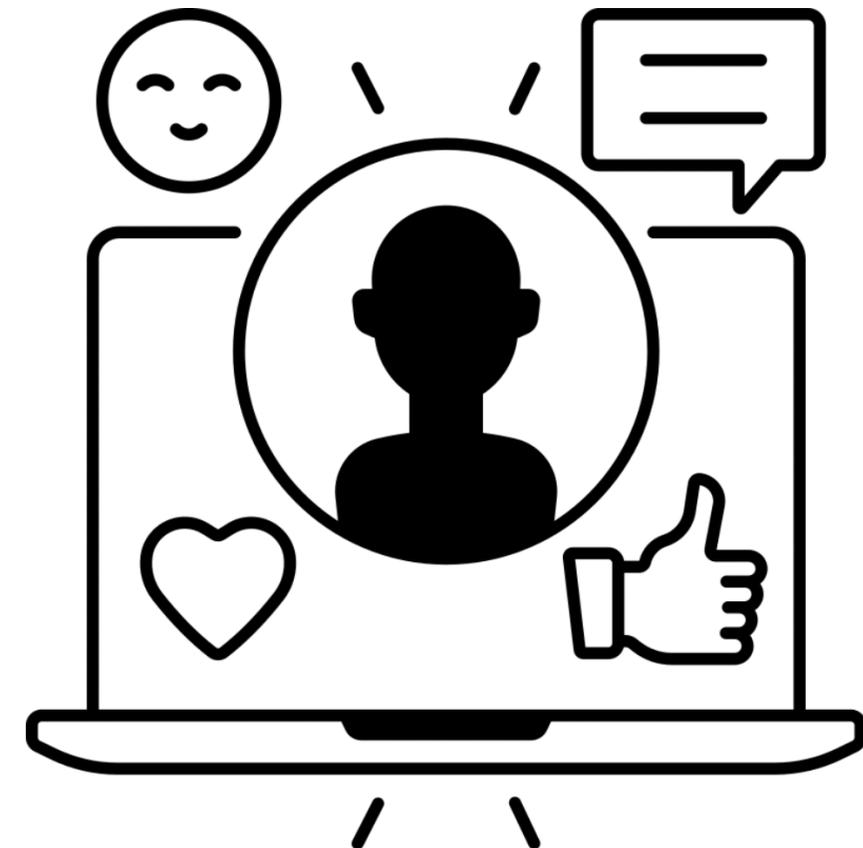


Retórica, argumentação e redes sociais?

O que tem a ver a
retórica aristotélica,
do século IV a.C.,
com a retórica das
redes sociais do
século XXI?



Sobre este material

Retórica, argumentação e redes sociais?
Letícia Sá Oliveira Reis Silva. 2023.

Material produzido para professores e estudantes da Educação Básica,
com foco na BNCC, Linguagens e seus Códigos, Ensino Médio.

Slides: Canva.

Edição e produção: Letícia Sá Oliveira Reis Silva.

Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons –
Atribuição–SemDerivações 4.0 Internacional.



www.realptl.lettras.ufmg.br/realptl/



www.lettras.ufmg.br/site/

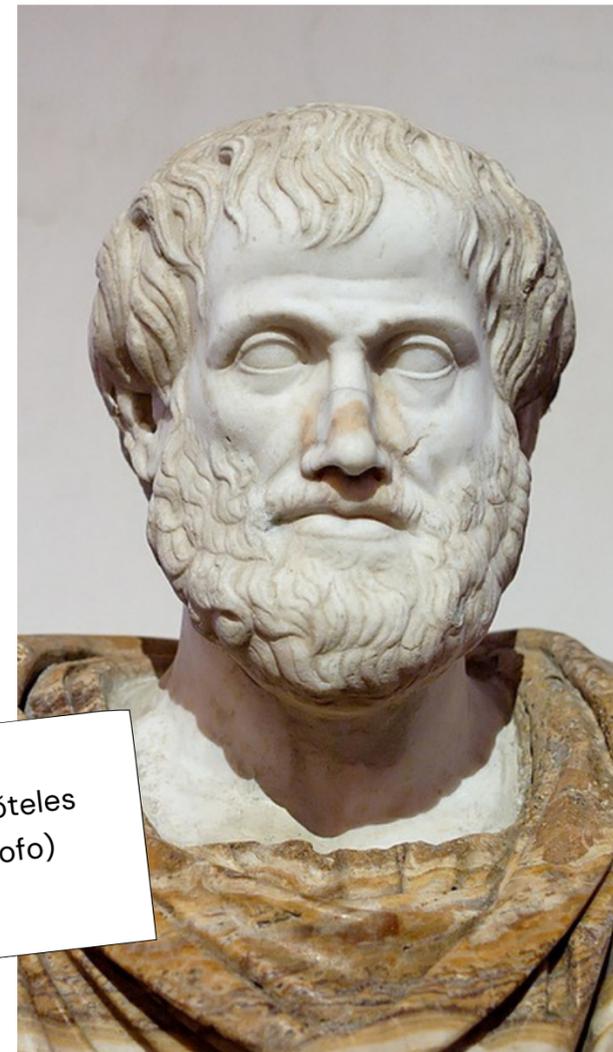


<http://lattes.cnpq.br/2165228290336474>

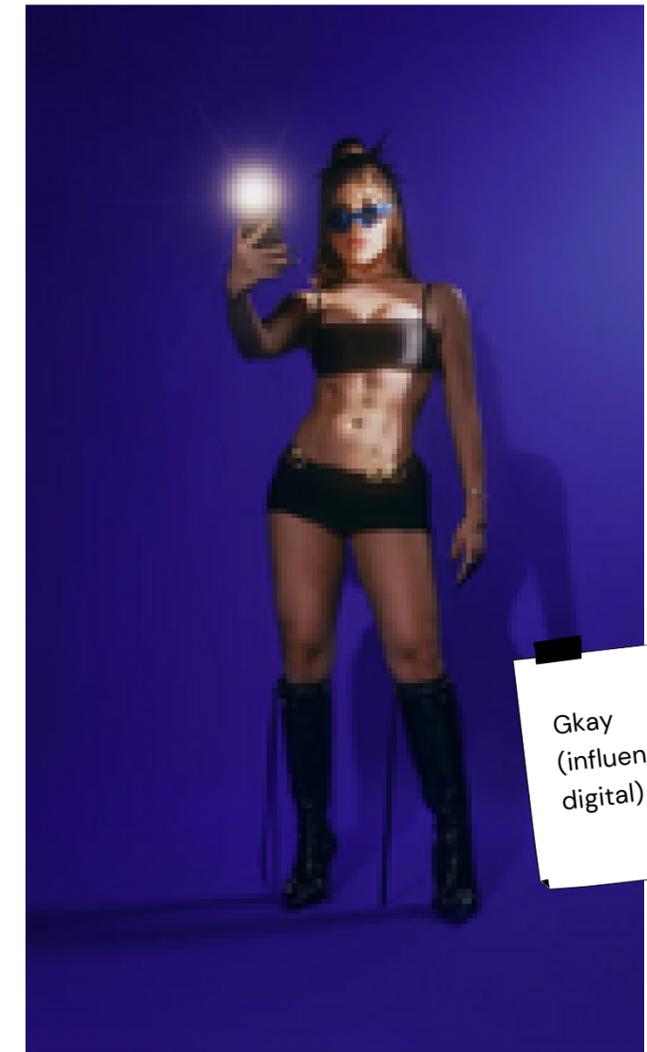
Objetivos

O objetivo geral desta aula é proporcionar uma articulação entre os estudos retóricos introduzidos por Aristóteles e a aplicação dessas teorias nos discursos de influenciadores digitais da contemporaneidade.

Os objetivos específicos são promover uma reflexão crítica aos alunos no que diz respeito ao funcionamento das escolhas das figuras retóricas dentro de um discurso. Além disso, buscar-se-á investigar como o funcionamento dessas figuras podem servir como mecanismos para influenciar o outro e, assim, conferir um caráter persuasivo ao discurso.



Aristóteles
(filósofo)



Gkay
(influenciadora
digital)

Retórica? Que isso? 🤔

A retórica aristotélica tem relação com a arte da comunicação, com o discurso feito em público com fins persuasivos.

Aristóteles evidencia que a função da retórica não se restringe em atingir a persuasão somente com a apresentação da lógica dos argumentos, mas visa, além disso, a discernir outros **meios de persuasão** que são utilizados dentro de cada discurso (ARISTÓTELES, 2011).



"A retórica é a capacidade de discernir o que é adequado a cada caso com o fim de persuadir!"

*(ARISTÓTELES, em *Retórica*).*

E a argumentação?

Argumentar é apresentar razões, argumentos para sustentar uma ideia (uma tese).

Argumentação é, justamente, o estudo de **técnicas discursivas** que permitem aumentar ou provocar a adesão do auditório às teses que são apresentadas por um determinado orador. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005).



Os meios de persuasão: *ethos*, *pathos* e *logos*

Aristóteles, em sua obra "Retórica", propõe esses três meios para que o alcance à persuasão seja possível.

Ethos: relacionada à imagem que é formada e transmitida pelo enunciador diante o seu enunciatário.;

Pathos: assume uma ligação com os desejos e anseios;

Logos: um esquema de raciocínio. (ARISTÓTELES, 2011).



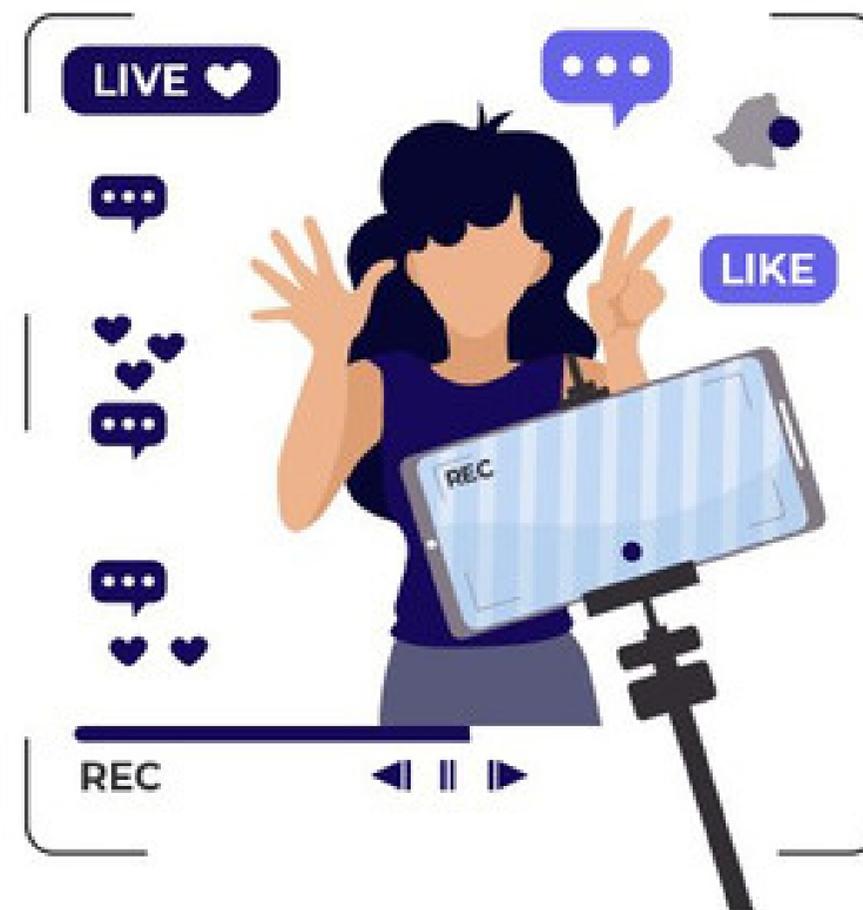
O triângulo (ou pirâmide) retórico, de Aristóteles. Disponível em:
<<https://sbpalestrantes.com.br/organizacao/piramide-aristotelica/>>.

A retórica nas mídias sociais (retórica mediatizada)

Hoje, nas redes sociais, os chamados **influenciadores digitais** para poderem, justamente, influenciarem os seus seguidores (auditório), se apropriam dessas **figuras retóricas** (*ethos, pathos e logos*) para **persuadir** o público.



Sendo assim, o pesquisador Samuel Mateus (2018), chama esse novo fenômeno de **retórica mediatizada** ou **mediatizada**, uma vez que a forma **como** o orador se comunica (**linguagem não-verbal**) é tão importante quanto **aquilo** (**linguagem verbal**) que ele comunica. (MATEUS, 2018).



Vamos analisar isso na prática!

Construção de um discurso eufórico
(mediado pela utilização de
letras maiúsculas e por uso exacerbado
de pontos de exclamação), o que
chamar a atenção da audiência.

Um discurso que dialoga com
um discurso motivacional, o que pode
provocar comoção/identificação (*pathos*) no público.

Qual é a imagem projetada?
É a projeção de um *ethos* ostentador,
realizado e satisfeito com as suas
conquistas profissionais.



Notamos que a influenciadora Gkay também apresenta uma **vestimenta** que contribui altamente para um caráter influente e persuasivo do *post*. Já vimos que, dentro de textos multimodais, especialmente aqueles que circulam dentro das mídias sociais, a forma como o orador se comunica é tão importante quanto aquilo que ele comunica. Dessa forma, os dois textos (verbal e não-verbal) se complementam para a construção de elementos persuasivos.

Post retirado do Instagram da influenciadora digital Gkay (Gessica Kayane).

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. Retórica. São Paulo: Edipro. 2011.

MALLMAN, E. M.; JACQUES, J. S.; MAZZARDO, M. D. **Revista Teias**. Recursos educacionais abertos para o ensino de língua materna no ensino médio. v. 18, n. 49. 2017. abr./jun.

MATEUS, S. Introdução à Retórica no século XXI. Covilhã: Editora Labcom. 2018

OLBRECHTS-TYTECA, L.; PERELMAN, C. Tratado da argumentação: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes. 2005.