



ERA - GRUPO DE ESTUDOS
RETÓRICOS E ARGUMENTATIVOS

O PODER DA RETÓRICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS EM TEMPOS DE PANDEMIA

Profa. Dra. Cláudia Borragini Abuchaim

13 de maio de 2020



O PODER DA RETÓRICA

Retórica, Oratória e Eloquência são três palavras que derivam de diferentes raízes, mas todas significam falar. Retórica é palavra grega e as outras duas procedem do latim. A história da retórica apresenta vários relatos que, ao longo do tempo, se tornaram populares.

O litígio entre Córax e Tísias (século V a.C.) aborda retórica e ética: Córax era professor de Tísias e ensinava a arte do bem argumentar. Córax cobrou o pagamento pelo serviço prestado e Tísias se recusou a pagar, sob o argumento de que, se Córax realmente foi um bom professor, o discípulo seria capaz de convencê-lo a não cobrar pelas aulas. Caso não o convencesse, não deveria pagar as aulas por ser o mestre um mau professor.

Nesse caso, a ética foi colocada como princípio: o bom é apreciável e o mau é condenável. O relato mostrou que Córax foi um bom professor que, na verdade, se deu mal ao ensinar ao discípulo a arte de argumentar. (GUIMARÃES, 2001).



RETÓRICA – TRÊS COMPONENTES BÁSICOS:

ORADOR (*ETHOS*)



Objetivo: Ganhar a adesão do auditório = persuadir.

Como? Com base na argumentação racional ou com base na manipulação?

MENSAGEM (*LOGOS*)



Argumentos do orador organizados em discurso.

AUDITÓRIO (*PATHOS*)



Objetivo: ponderar a aceitação da mensagem.

Como? Com base na análise racional dos argumentos ou na emoção?



“Desde que uma comunicação tenda a influenciar uma ou várias pessoas, a orientar os seus pensamentos, a excitar ou apaziguar as emoções, a dirigir uma ação, ela é do domínio da retórica”.

(PERELMAN, 1993, p.172)



AS PARTES DO DISCURSO

Segundo Aristóteles (2005) deve haver uma ordem para a organização das partes principais de um discurso:

(1) **INVENÇÃO** (*Inventio*) – visa chamar a atenção do interlocutor para aquilo que será dito, é a apresentação do tema. Momento de busca das provas que sustentarão o discurso.

(2) **DISPOSIÇÃO** (*Dispositio*) – apresentação dos fatos, em que o orador expõe a sua tese. Etapa em que são organizados e distribuídos os argumentos de maneira racional e plausível no texto, em busca de uma solução para um problema em tela.

(3) **ELOCUÇÃO** (*Elocutio*) – discussão, que inclui os argumentos a favor da tese, considerando possíveis objeções. É a redação do discurso, envolve o tratamento da língua em sentido amplo: a correção, a clareza, a adequação, a concisão, o bom uso das figuras com valor de argumento.

(4) **EPÍLOGO**, ou conclusão – momento em que se termina com uma fórmula sintética.



GÊNEROS DO DISCURSO RETÓRICO

	Gênero Deliberativo	Gênero Judicial	Gênero Epidíctico
Auditório	Membros da assembleia	Juízes	Espectadores no conselho
Tempo	Futuro	Passado	Presente
Intenção	Aconselhar/ dissuadir	Acusar/ defender	Elogiar/ censurar



Diante de um discurso, o ouvinte pergunta “quem fala?”, “quando?”, “por quê?” e, principalmente, “como?” e “a quem?”.

Ao responder a quem se fala, define-se o auditório que se quer persuadir; e, ao analisar como se fala, o ouvinte entende o objetivo do uso das estratégias no discurso, portanto, compreendendo a unidade do discurso, o seu motivo central.



São três as finalidades básicas e fundamentais do discurso retórico:

DOCERE: ensinar, transmitir noções intelectuais, convencer. É o lado argumentativo do discurso.

MOVERE: comover, atingir os sentimentos. É o lado emotivo do discurso, aquele que movimenta as paixões humanas.

DELECTARE: agradar, manter viva a atenção do auditório. É o lado estimulante do discurso, aquele que movimenta o gosto. (FERREIRA, 2010, p. 16)

O orador também deve chamar a atenção e conquistar a confiança do auditório através da emoção, utilizando estratégias argumentativas que visem tanto ao entendimento quanto à vontade.



TIPOS DE AUDITÓRIO:

INDIVIDUAL – constituído por apenas uma pessoa com a qual se estabelece diálogo.

PARTICULAR – conferências, comício político ou homília religiosa.

UNIVERSAL – teses filosóficas e outras que procuram solucionar os grandes problemas com que a humanidade se confronta (o que se afirma pretende ser válido para a humanidade inteira).



PERSUADIR significa exercer influência sobre um auditório particular, individual, mas quando a influência é exercida sobre um auditório universal, então já é CONVENCER.

Assim, persuade-se um auditório particular tendo em conta a sua especificidade afetiva, valorativa, etc.; convence-se um auditório universal a partir de argumentos racionais que são universalizáveis (que todos possam aceitar).

(PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2000)



O ACORDO

À semelhança do que acontece na lógica judicial, em que o objetivo do advogado não é propriamente a verdade, mas granjear a adesão do juiz (ou dos jurados), também na maior parte dos casos da vida, as pessoas decidem, fazem escolhas, aderem a opiniões, recusam fatos e ideias, norteando-se por critérios que ultrapassam a verdade ou falsidade das proposições.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000) falam de acordos prévios: são proposições não questionadas, aceites pelo auditório antes de se dar início à argumentação e que constituem a base do discurso. O orador deve procurar partir do acordo para a tese que quer ver aceita pelo auditório (deve partir daquilo que é partilhado e aceito pelo auditório para depois chegar àquilo que deseja ver aceito. Caso não percorra este caminho, o orador arrisca-se a não ser ouvido).



A expressividade retórica deve objetivar o auditório, ele deve ser o foco central, para que haja predomínio do *pathos*. Assim, o discurso retórico se esforça para despertar emoções com a intenção de captar a benevolência dos ouvintes.

Perelman e Olbrechts-Tyteca afirmam que o orador está implicado no seu discurso, que se apresenta como a manifestação por excelência da sua pessoa:

Por causa da interação constante entre o juízo que se faz do orador e aquele que se faz do seu discurso, quem argumenta expõe constantemente, até certo ponto, o seu prestígio, que cresce ou decresce consoante os efeitos da argumentação. (2000, p.364)



ORADOR OU AUDITÓRIO, QUEM É O PROTAGONISTA DA RETÓRICA?

Em resumo, independentemente do tipo, o auditório é um elemento essencial na atividade retórica, sem este o discurso retórico não se constitui.

Cabe ao auditório o protagonismo dessa interação orador-auditório, pois, conforme explicam Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000), o orador tem que se adaptar, continuamente, ao auditório, que determinará a qualidade da argumentação e o comportamento do orador.



O que é COVID-19

Segundo o Ministério da Saúde, a COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que apresenta um quadro clínico que varia de infecções assintomáticas a quadros respiratórios graves.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a maioria dos pacientes com COVID-19 (cerca de 80%) podem ser assintomáticos e cerca de 20% dos casos podem requerer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória e desses casos aproximadamente 5% podem necessitar de suporte para o tratamento de insuficiência respiratória (suporte ventilatório).



O que é o coronavírus?

Coronavírus é uma família de vírus que causam infecções respiratórias. O novo agente do coronavírus foi descoberto em 31/12/19 após casos registrados na China. Provoca a doença chamada de coronavírus (COVID-19).

Os primeiros coronavírus humanos foram isolados pela primeira vez em 1937. No entanto, foi em 1965 que o vírus foi descrito como coronavírus, em decorrência do perfil na microscopia, parecendo uma coroa.

A maioria das pessoas se infecta com os coronavírus comuns ao longo da vida, sendo as crianças pequenas mais propensas a se infectarem com o tipo mais comum do vírus. Os coronavírus mais comuns que infectam humanos são o alpha coronavírus 229E e NL63 e beta coronavírus OC43, HKU1.



SINTOMAS MAIS FREQUENTES

Os sintomas da COVID-19 podem variar de um simples resfriado até uma pneumonia severa. Sendo os sintomas mais comuns:

- Tosse
- Febre
- Coriza
- Dor de garganta
- Dificuldade para respirar



COMO É TRANSMITIDO

A transmissão acontece de uma pessoa doente para outra ou por contato próximo por meio de:

- Toque do aperto de mão;
- Gotículas de saliva;
- Espirro;
- Tosse;
- Catarro;
- Objetos ou superfícies contaminadas, como celulares, mesas, maçanetas, brinquedos, teclados de computador etc.



O Covid-19 chegou no Brasil. O estado de São Paulo está há 50 dias em quarentena. O *home office*, agora, faz parte de nossas vidas. Diante desse quadro nos tornamos cidadãos digitais.

- CIDADANIA DIGITAL (ou cybercidadania) é a prática responsável e consciente de direitos e deveres dos usuários no mundo virtual: educação digital.
- Toda instituição, precisa estabelecer, de imediato, uma política de uso dos ambientes virtuais: a chamada netiqueta, isto é, a ética na internet. As regras de convivência em sala de aula devem ser projetadas para a interação on-line.
- A diferença primordial entre os alunos de cursos EaD e presenciais é a forma de lidar com o aprendizado.
- Pelo próprio modelo do ensino à distância, o estudante é estimulado a ter uma postura mais ativa diante do conhecimento. Como ajudá-los?



A ORGANIZAÇÃO E AS DIRETRIZES EM TEMPOS DE PANDEMIA

- Primeiro passo: planejamento, projeto integrador, reposicionamento de diretrizes e objetivos.
- Segundo passo: definir um processo comum e ferramentas que concentrem a comunicação e todas as informações da escola, das reuniões, dos trabalhos propostos. Agendas e atas digitais compartilhadas funcionam bem nesse momento de pandemia.
- É importante estabelecer contato não apenas com os alunos, mas também com os pais dos estudantes.
- O auditório, em tempos de pandemia, se modifica: a família toda precisa ser considerada o auditório do professor e de todo profissional.
- As plataformas digitais proporcionam contato direto com o professor. A interação se dá por meio de chats, fóruns ou áudio direto. Existem várias plataformas disponíveis on-line, com opções gratuitas e pagas.



ALGUMAS DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

- ZOOM
- MEET
- GOOGLE CLASSROOM
- Microsoft Teams Canvas
- SKYPE
- YOUTUBE – LIVE
- FACEBOOK – LIVE
- WHATSAPP



O COMPARTILHAMENTO DE MATERIAIS

No Brasil os professores podem acessar muitos recursos na Plataforma Integrada MEC RED <http://plataformaintegrada.mec.gov.br/home> disponibilizada pelo Ministério da Educação.

O Estado de Pernambuco disponibilizou um enorme acervo on-line com vários conteúdos de todas as disciplinas, aulas preparadas em *slides*, link: <https://www1.educacao.pe.gov.br/cpar/>. Aulas prontas de todas as disciplinas.



VAMOS BRINCAR?

- O documentário Tarja Branca (2014) – roteiro de Marcelo Nigri e direção de Cacau Rhoden – brincar é coisa séria!
- A palavra brincar tem origem latina. Vem de *vinculum* que quer dizer laço e é derivada do verbo *vincire*, que significa prender, encantar. *Vinculum* virou brinco e originou o verbo brincar, sinônimo de divertir-se.
- Quando uma criança brinca ela está conectada com seu interior, com seu corpo, ela é uma unidade brincante. Nesse momento ela está entregue a um estado de consciência que a liga a seu campo energético, ao seu eixo.
- Em tempos de pandemia, vamos recuperar “o brincar”, que é a linguagem da alma.



O sociólogo e filósofo italiano Domenico De Masi, afirma: “Espero que o ócio criativo não seja confundido com não fazer nada. Hoje, ócio criativo significa trabalhar, se divertir e aprender.”.

A pedagoga Maria Amélia Pereira: o exemplo da pipa. Usar o fio inteiro, ter paciência, mas com o pé no chão. A sabedoria do menino que empina a pipa, não a ganância do mito de Ícaro que queria voar, e ao subir alto demais derreteu a cera de suas asas.

Sobre a pandemia: não nos fixemos com o “até quando?”. Porque não sabemos a resposta. Pensemos no que faremos “enquanto”. Um dia de cada vez, com certeza, cometeremos vários erros, é um novo tempo para a humanidade, de muita tristeza, mas também de aprendizagem.



BIBLIOGRAFIA

ARISTÓTELES. Arte retórica e arte poética. 17.ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

DE MASI, Domenico. O Ócio Criativo. Editora Sextante, 2001.

EaD. Perfil do aluno de ensino a distância é diferente do aluno do ensino presencial Disponível em: <https://www.ead.com.br/ead/perfil-do-aluno-ead.html>. Acesso em 12/05/2020.

FERREIRA, Luiz Antonio. Leitura e persuasão: princípios de análise retórica. São Paulo : Contexto, 2010.

GUIMARÃES, Eduardo. Política de Línguas na América Latina. In: ORLANDI, Eni Puccinelli (org.). História das Ideias Linguísticas: construção do saber metalinguístico e constituição da língua nacional. Campinas/SP e Cáceres/MT: Pontes e Editora da Unemat, 2001.



Ministério da Saúde. Coronavírus - COVID-19. Disponível em:
<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em
12/05/2020.

PERELMAN, Chaim. O império retórico: retórica e argumentação. Lisboa:
edições Asa, 1993.

_____ ; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. Tratado da Argumentação.
São Paulo : Martins Fontes, 2000.

REBOUL, Olivier. Introdução à Retórica. 2 ed., São Paulo : Martins Fontes,
2004.