

DO ETHOS AO PATHOS: CONTRIBUIÇÕES DA RETÓRICA PARA ANÁLISE DA EFICÁCIA DE AULAS DE INGLÊS ONLINE

FROM THE ÉTHOS TO THE PÁTHOS: RHETORIC CONTRIBUTIONS TO THE ONLINE ENGLISH CLASSES EFFECTIVENESS ANALYSIS

Stelamaris Dias Milhins

Universidade de Franca

Maria Flávia Figueiredo

Universidade de Franca

RESUMO: Os meios de competência da razão são os argumentos explicitados no *lógos* e os meios de competência dos sentimentos são o *éthos* e o *páthos*. Em toda enunciação o orador tenta usar mecanismos que favoreçam a construção de uma imagem de si, que é reelaborada pelo seu auditório. Essa imagem do orador, revelada por meio do discurso, é denominada *éthos*. Para a retórica, os *éthe* revelados pelos oradores ao defenderem suas teses são relevantes para o êxito de suas discussões e para a defesa de seus pontos de vista. O orador busca adaptar-se ao seu auditório e depara-se com o *páthos*, que é o conjunto de sentimentos (paixões) despertados no auditório por meio do discurso. Os valores estão na base de qualquer argumentação; por meio deles, podemos motivar o auditório a tomar certas decisões. Baseando-se no *éthos* e no *páthos*, o presente estudo encontra sua relevância no meio educacional, uma vez que almeja identificar quais aulas são mais eficientes e eficazes para o aprendizado de inglês através da análise dos *éthe* apresentados pelos professores de aulas *online*, e das possíveis paixões despertadas em seus respectivos auditórios. Ele visa proporcionar aos profissionais da educação um guia para uma aula eficaz.

PALAVRAS-CHAVE: Retórica; *Éthos*; Aula virtual, Professor de Língua Inglesa.

ABSTRACT: The means of competence for the reason are the arguments explicitated in the *lógos* and means of competence for the feelings are the *éthos* and the *páthos*. In every enunciation the speaker attempts to use mechanisms that favor the construction of an image of oneself, which is reformulated by one's audience. This image of the speaker revealed through the speech is called *éthos*. For rhetoric, the *éthe* revealed by speakers when defending their theses are relevant to the success of their discussions and to defend their views. The speaker seeks to adapt oneself to one's audience and faces the pathos, which is the set of feelings (passions) awakened in the auditorium through the discourse. Values are the basis for any argument. Through them, we can motivate the audience to take certain decisions. Based on the ethos and pathos, this study finds its relevance in the educational environment, since it aims to identify which classes are more efficient and effective for learning English through the analysis of the *éthe* presented by online teacher classes, and possible aroused passions in their audiences. It aims to provide education professionals a guide to effective classroom.

KEYWORDS: Rhetoric; *Éthos*; Virtual classroom, English Language Teacher

Introdução

Como professora de inglês, que acompanha as mudanças tecnológicas que vêm ocorrendo no mundo, sempre me perguntava qual o papel do professor de LEM em aulas *online* – como deveriam ser suas aulas, sua metodologia, os conteúdos apresentados. Mais tarde, em contato com a Retórica, meu questionamento passou a ser de que forma o professor pode usar a sua imagem, o seu *éthos*, para conseguir a atenção de alunos via internet e, também, se esse *éthos* tem uma influência direta na eficácia da aula.

Para responder ao questionamento, resolvemos pesquisar e analisar os *éthe* de professores em alguns vídeos de aula *online*, disponíveis gratuitamente na internet. A escolha por aulas *online* se deu em função das frenéticas mudanças nas organizações sociais advindas dos avanços da tecnologia. Essas mudanças transformaram a comunicação, as relações sociais, a educação, o trabalho e, até mesmo, o lazer. Distâncias foram encurtadas e o mundo se tornou uma aldeia global. Com tais mudanças, fez-se necessário preparar os profissionais atuais para essa nova realidade, inclusive os profissionais da área da educação, motivo pelo qual iniciamos esse trabalho.

Objetivamos, assim, averiguar se há relação entre o *éthos* do professor e uma eficácia no aprendizado e, havendo tal relação, quais os *éthe* que contribuem para uma aula melhor.

A fim de nortear nossa pesquisa, no que se refere aos estudos retóricos, selecionamos os seguintes autores: Aristóteles, Meyer, Perelman e Olbrechts-Tyteca e Reboul. No que tange à retórica da imagem, tomamos, como referencial teórico, Barthes e Dondis. Para refletir sobre os conceitos a serem utilizados na pesquisa, partiremos de algumas definições teóricas fundamentais oriundas do campo de estudos retóricos.

1 História da retórica e retórica da imagem

a) A história

“A retórica é anterior à sua história, e mesmo a qualquer história, pois é inconcebível que os homens não tenham utilizado a linguagem para persuadir”. (REBOUL, 2004, p.1). Reboul toma a retórica como a arte de persuadir por meio do

discurso. Assim, sua função primeira é persuadir e, para tal, vale-se da razão e dos sentimentos, em maior ou menor grau, dado que, em retórica, eles são inseparáveis.

Foram os gregos que inventaram a “técnica retórica” – um ensinamento distinto que independia dos conteúdos e possibilitava a defesa de qualquer causa e qualquer tese. Posteriormente, inventaram a teoria da retórica, que se valia da reflexão se chegar à compreensão.

Em geral, as histórias de qualquer assunto, como música, arte, pintura são formadas por evoluções, transformações, perdas e criações. O mesmo não se pode dizer da retórica. Desde sua criação até os dias de hoje, sua referência é sempre em função da retórica grega. Claro que as várias épocas, de alguma forma, enriqueceram a retórica, mas sem mudar seu sistema inicial (elaborado por Aristóteles).

A retórica passou por vários momentos: 1) origens na Sicília; 2) a retórica de Górgias e dos sofistas; 3) os estudos de Platão; 4) os estudos aristotélicos e dos autores helenísticos e romanos, especialmente Cícero e Quintiliano; 5) a retórica medieval do *trivium* e 6) a nova retórica.

b) Retórica da imagem

Da Retórica surgiu a retórica da Imagem. O estudo retórico da imagem teve seu início em 1964, por meio dos estudos do semiótico francês Roland Barthes, que publicou a análise do anúncio publicitário impresso das massas *Panzani*, originalmente na revista *Communications* (REBOUL, 2004, p. 83). Segundo Barthes, todo e qualquer detalhe colocado em uma imagem é seguramente intencional (BARTHES, 1990, p. 27). Em sua análise, ele reconhece três mensagens em uma imagem:

a) a mensagem linguística – os elementos verbais, as palavras, que, embora possam não ser constantes, atualmente acompanham quase todas as imagens;

b) a mensagem icônica codificada – os elementos que formam a imagem em si, que nos lembram algo conhecido da realidade (uma mensagem perceptiva, superficial);

c) a mensagem icônica não codificada – os vários sentidos que a observação dos elementos imagéticos resgata, com base em uma visão cultural de cada sociedade (GUERRA JUNIOR, BASQUE, 2012).

Donis Dondis (1997) também reconhece três níveis distintos em uma imagem e os nomeia da seguinte forma: *input* visual, material visual representacional e estrutura abstrata.

Os dados visuais têm três níveis distintos e individuais: o *input* visual, que consiste de miríades de sistemas de símbolos; o material visual representacional, que identificamos no meio ambiente e que podemos reproduzir através do desenho, da pintura, da escultura e do cinema; e a estrutura abstrata, a forma de tudo aquilo que vemos, seja natural ou resultado de uma composição para efeitos intencionais (DONDIS, 1997, p. 20).

Analisaremos cada uma delas, mas sem nos esquecermos que buscamos aqui entender a estrutura da imagem na sua totalidade, ou seja, a “relação final das três mensagens entre si” (BARTHES, 1990, p. 31).

A mensagem linguística é a escrita, aquilo que resta tirando-se a imagem pura. Em algumas imagens, ela pode ser dupla – denotada ou conotada. A mensagem linguística dentro de uma imagem nos leva ao seguinte questionamento: “A imagem duplica certas informações do texto, por um fenômeno de redundância, ou é o texto que acrescenta à imagem uma informação inédita?” (BARTHES, 1990, p. 31, 32). Na verdade, a mensagem linguística está presente em quase todas as imagens, tendo as funções de ancoragem (suporte) ou de etapa (complementariedade).

2 Retórica: algumas definições

Como afirma Reboul (2004), não é fácil definir retórica, visto que, hoje em dia, o termo tenha assumido sentidos bem diversos e até mesmo divergentes. Para o senso comum, o sentido não poderia ser mais pejorativo: “retórica é sinônimo de coisa empolada, artificial, enfática, declamatória, falsa” (REBOUL, 2004, p. XIII).

Com a nova retórica, no início dos anos 60, a retórica foi redescoberta, e a nobreza voltou ao vocábulo. Temos aqui duas posições extremas.

Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), a retórica é a arte de argumentar, e seus principais exemplos são os oradores religiosos, jurídicos, políticos e até filosóficos. Seu objeto de estudo são as “técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que apresentamos ao seu assentimento” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 5). Já para Morier, G. Genette, J. Cohen e do Grupo μ

da Universidade de Liège na Bélgica, a retórica é o estudo do estilo, e, mormente, das figuras. Para os primeiros, a retórica objetiva convencer, para os últimos, integra tudo o que torna literário um texto. É de difícil percepção o que as duas posições apresentam em comum.

No entanto, é justamente esse elemento comum o mais importante, isto é, a articulação dos argumentos e do estilo numa mesma função. Referimo-nos aqui à retórica clássica, cujo começo se dá com Aristóteles e se alonga até o século XIX.

É verdade que se pode criticar a tradição, mas ela pelo menos tem a vantagem de nos oferecer elementos estáveis, independentes das preferências individuais e dos modismos. Pode-se criticar a tradição, e não deixaremos de fazê-lo quando for o caso, mas pelo menos saberemos o que estamos criticando e o que pretendemos suplantar. (REBOUL, 2004, p. XIV)

É daí que Reboul tira sua definição de retórica: “é a arte de persuadir pelo discurso” (REBOUL, 2004, p. XIV).

Para Quintiliano, a retórica é “a arte de falar daquilo que coloca problemas nos assuntos civis de modo a persuadir” (Instituições Oratórias, p.II apud MEYER, 1993, p. 17). Ele define a retórica como a ciência do bem-dizer, visto que só o homem de bem pode falar verdadeiramente.

Meyer (2007) também define a retórica como a arte de bem falar, de expressar eloquência frente a um auditório para o ganhar em sua causa. Para os antigos, a retórica abrangia a arte de bem falar (eloquência) tal como o estudo do discurso ou as técnicas de persuasão e até mesmo de manipulação. “O bem-dizer tem por fundamento os modos de se exprimir, mas não pode negligenciar a justeza das teses defendidas. O estilo e a justiça, em suma” (MEYER, 2007, p.17).

Também diz Meyer que “a retórica é a negociação da distância entre os homens a propósito de uma questão, de um problema” (MEYER, apud FERREIRA, 2010, p.17). Abreu (2001) apresenta uma definição simples e clara: arte de convencer e persuadir. Uma das mais representativas definições de retórica é a do grande mestre Aristóteles (2005, p.95): “Entendamos por retórica a capacidade de descobrir o que é adequado a cada caso com o fim de persuadir”.

Percebemos uma semelhança e uma complementação de uma à outra. Usando as palavras de Reboul e de Meyer, persuadimos pelo discurso objetivando conquistar nosso auditório, diminuindo assim, a distância entre este e nós.

3 Conceitos: argumentar, convencer e persuadir

Para entendermos o sistema retórico, precisamos entender alguns conceitos básicos que o compõem. Começamos por conceituar três palavras que tantas vezes já foram usadas neste trabalho.

Para Abreu, “argumentar é a arte de convencer e persuadir” (ABREU, 2004, p.25). Gerenciamos informações e emoções para, respectivamente, conseguirmos o convencimento e a persuasão. Segundo o autor, convencer é levar alguém a crer em algo que você quer; é trabalhar o campo das ideias. Já persuadir, é fazer com que alguém execute o que você deseja; é trabalhar no campo das emoções. Podemos convencer uma pessoa dos malefícios do cigarro, mas talvez não consigamos persuadi-lo a largar o vício.

Ainda, segundo Abreu (2004), há quatro condições para uma argumentação. A primeira é ter uma tese definida e saber que tipo de problemas essa tese responde. A segunda é “falar a mesma língua” do auditório, adaptar-se às condições sociais e intelectuais dos que o ouvem. A terceira é ter uma comunicação positiva com o auditório – saber ouvi-lo, respeitar a sua hierarquia de valores. Finalmente, a quarta condição é ter ética no agir, argumentando com honestidade e transparência.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) entendem como argumentação persuasiva aquela que visa um auditório particular, e argumentação convincente aquela que objetiva a adesão de um auditório universal. Também dizem que a condição prévia para qualquer argumentação eficaz é ter conhecimento daqueles que se pretende conquistar.

A argumentação efetiva tem de conceber o auditório presumido tão próximo quanto o possível da realidade. Uma imagem inadequada do auditório, resultante da ignorância ou de um concurso imprevisto de circunstâncias, pode ter as mais desagradáveis consequências”. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 22)

Ainda segundo os autores, em uma argumentação, não é importante saber o que o próprio orador crê ser verdade ou comprovável, mas, sim, qual a convicção daqueles a quem ela se dirige.

Apesar de Reboul renunciar a distinção entre convencer e persuadir, uma vez que para ele essa distinção é mais voltada para filosofia, ele afirma que “persuadir é levar alguém a crer em alguma coisa” (REBOUL, 2004, p.XV) e mantém uma distinção conveniente, por ser inerente ao próprio termo “persuadir”:

1) Pedro persuadiu-me de que sua causa era justa.

2) Pedro persuadiu-me a defender a sua causa.

Distinção capital para compreender a retórica, pois em (1) Pedro conseguiu levar-me a acreditar em alguma coisa, enquanto em (2) ele conseguiu levar-me a fazer alguma coisa, não se sabendo se acredito nela ou não. A nosso ver, a persuasão retórica consiste em levar a crer (1), sem redundar necessariamente no levar a fazer (2). Se, ao contrário, ela leva a fazer sem levar a crer, não é retórica.” (REBOUL, 2004, p.XV)

Um discurso persuasivo, segundo Reboul (2004), compreende dois aspectos: um argumentativo e outro oratório. Por oratório, entendemos todos os gestos, as inflexões e o tom da voz, assim como as figuras de retórica, que servem para agradar ou convencer, mas, que também são argumentativas, pois expõem um argumento condensando-o.

3.1 Meios de persuasão

A primeira função da retórica é persuadir e, para tal, usamos da razão e dos sentimentos, em maior ou menor quantidade, pois, em retórica, eles são inseparáveis. Os meios de competência da razão são os argumentos e, os dos sentimentos, são, de um lado, o *éthos* e, do outro, o *páthos*. Já Cícero, um pouco diferentemente, distingue os meios como:

Docere (ensinar, instruir) – lado argumentativo do discurso;

Delectare (agradar) – lado humorístico, estimulante e agradável do discurso;

Movere (comover) – o que abala, atinge os sentimentos, afeta o auditório – lado emotivo do discurso.

3.2 *Éthos*, *páthos* e *lógos*

Éthos é “o caráter que o orador deve assumir para chamar a atenção e angariar a confiança do auditório” (REBOUL, 2004, p. XVII), pois, independentemente de seus argumentos, nada será conseguido sem essa confiança. É a imagem que o orador passa de si mesmo, e que “o torna exemplar aos olhos do auditório, que então se dispõe a ouvi-lo e segui-lo” (MEYER, 2007, p. 34). O *éthos* de um mesmo orador será diferente perante um ou outro auditório, pois cada um tem suas qualidades próprias, suas expectativas que variam conforme o nível social, instrucional, a idade, etc. Assim, o orador deve adaptar-se ao seu auditório. Mas, em todos os casos, o orador deve satisfazer a três condições

mínimas de credibilidade: ser sensato (capaz de apresentar conselhos coerentes e adequados), ser sincero (não simular seu pensamento nem seu saber) e ser simpático (ter disposição para ajudar o seu auditório).

Páthos “é o conjunto de emoções, paixões e sentimentos que o orador deve suscitar no auditório com seu discurso”. (REBOUL, 2004, p. 48). Meyer (2007) salienta que podemos tirar proveito dos valores do auditório, do *páthos*, caso encontremos as paixões nele implicadas. Para ele, *páthos* é “o conjunto de valores implícitos das respostas fora de questão, que alimentam as indagações que um indivíduo considera como pertinentes” (MEYER, 2007, p. 39). Para Aristóteles (apud MEYER, 2000 p. XLIII), “a cólera é o reflexo de uma diferença entre aquele que se entrega a ela e aquele ao qual ela se dirige”. Em contrapartida, a calma configura-se como uma paixão verdadeira, uma vez que reflete, interioriza uma imagem que o outro tenha de nós, o que nos faz, simultaneamente, agir sobre ele, mantendo ou despertando nossa calma a seu respeito. Essa é a função retórica da calma – recriar a simetria. A calma é o contrário e, talvez, até o antídoto da cólera, a melhor expressão da indiferença.

Lógos é o conteúdo do discurso, a forma como a tese é apresentada, o tipo de argumentação que valoriza os próprios argumentos, levando o auditório à persuasão através de argumentos que induzam o auditório a crer que a perspectiva do orador é correta. Deve apresentar-se bem estruturado do ponto de vista lógico-argumentativo com uma argumentação bem clara e compreensível. Assim, o *lógos* está ligado à dimensão da linguagem e à importância das palavras, do seu rigor e coerência.

3.3 Orador, auditório e discurso

- Orador: é aquele que fala ou escreve com o intuito de convencer, nunca estando sozinho, mas sempre em concordância ou oposição a outros oradores em função de outros discursos. Para ser bom orador, não é somente necessário saber falar bem, mas, também, saber com quem se está falando, conhecer o seu discurso, seus anseios, suas ciladas e, principalmente, perceber o não-dito. Segundo Aristóteles, o orador tem sua credibilidade assentada no seu caráter, honra, virtude e confiança que a ele atribuem. Para Meyer (2007), o orador é alguém que tenha a

capacidade de responder às perguntas, de fomentar debates – que são aquilo sobre o que negociamos.

- Auditório: é o destinatário do discurso, podendo ser um indivíduo ou um grupo ou uma multidão. Existem “três espécies de auditório” (ARISTÓTELES apud REBOUL, 2004, p. 45) e, conseqüentemente, três gêneros oratórios: o tribunal, que olha o passado (discurso judiciário), a assembleia ou senado, que olha o futuro (gênero deliberativo) e os espectadores, que olham o presente (gênero epidítico). Para movê-lo, “é necessário comovê-lo, seduzi-lo, convencê-lo a partir de um acordo, de casamento de interesses centrado nas crenças e paixões do auditório” (FERREIRA, 2010, p. 17).

Uma argumentação só é válida se alcançar a adesão do auditório. Dessa forma, “a noção de auditório ganha grande destaque, pois é em função dele que o orador organiza a sua fala e a argumentação para que ela se concretize” (SENA; FIGUEIREDO, 2013, p.6). Abreu (2001) salienta-nos a importância de não confundirmos interlocutor com o auditório. Às vezes, a pessoa com que se fala, como, por exemplo, um repórter em uma entrevista, é apenas o interlocutor. O auditório, nesse caso, são os telespectadores ou os leitores do jornal para o qual o repórter trabalha.

O auditório é dividido em universal e particular. O universal é um conjunto grande, até incalculável, de pessoas que compreendem homens e mulheres, adultos e crianças de diferentes camadas sociais e intelectuais e sobre o qual não é possível controlar as variáveis. O particular é passível de controle das variáveis. Pode ser uma única pessoa, mas também um grupo, com características semelhantes e cujos valores podemos descobrir *à priori*.

- Discurso: simbolizado pelo *lógos* (a palavra, a razão), é qualquer realização linguística, oral ou escrita, que articule sobre certo assunto e mostre sentido e unidade.

4 Figuras

Através dos séculos, a retórica foi uma disciplina que estava na base de todo o ensino. Contudo, cada vez mais, ela foi concebida como a uma técnica de ornamentação do discurso, uma espécie de enfeite. Assim, foi perdendo a sua função argumentativa e limitando-se a um catálogo de figuras. Entretanto, “as figuras são operações enunciativas para intensificar o sentido de algum elemento do discurso. São, assim, mecanismos de construção do discurso” (FIORIN, 2014, p. 10). Elas têm sempre uma dimensão argumentativa, uma vez que se prestam à persuasão. Em função do nosso objeto de estudo, no presente artigo, destacaremos as seguintes figuras:

- Apóstrofe: é uma figura caracterizada pela convocação de certas entidades, de acordo com o objetivo do discurso (expressar pedidos, censuras, lamentos). Caracteriza-se pelo chamamento do receptor, real ou imaginário. Em síntese, é a colocação de um vocativo numa oração. Esta figura traz uma aproximação entre o emissor e o receptor da mensagem, ainda que o receptor não tenha uma identificação com o receptor ideal explicitado pela mensagem. Exemplo: no discurso político, o orador, ao expressar: "Povo do meu Brasil!", aumenta a receptividade, pois cria a impressão, entre o público, de que ele se dirige diretamente a auditório.
- Metaplasmo: figura caracterizada por uma mudança sonora. Veremos, posteriormente, na primeira análise, um metaplasmo por permuta, uma vocalização que é a conversão de um fonema consonântico num vocálico.
- Repetição: segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), a figura de presença *repetição* tem por efeito tornar presente o objeto do discurso na consciência do auditório. Ademais, Koch (2002) afirma que “a presença de elementos recorrentes produz quase sempre um efeito de intensificação, de ênfase, isto é, tem função retórica”.

5 A prosódia como um recurso de persuasão

O termo *prosódia*, que tem sua origem grega, foi primeiramente usado por Platão ao opor os conteúdos segmentais a variações melódicas. Mais tarde recebeu um caráter normativo associado às regras da boa pronúncia. Na Linguística moderna, a prosódia é definida como “todos os fatos de fala que não entram no quadro fonemático, isto é, aqueles que não concernem, de uma forma ou outra, a segunda articulação” (Martinet, 1991, p. 83), estando associada a fatores linguísticos e fatores extra-lingüísticos como os marcadores discursivos (“sim”, “hum”, “né”), emoções, atitudes, associados a fatores biológicos ou sociais como gênero, faixa etária, classe social, entre outros.

Ademais, a prosódia “compreende os traços significativos que acompanham a expressão oral, o recitativo, a saber, o ritmo, a melodia, a intensidade, a pausa... A voz que se eleva ou abaixa, que se apressa ou retarda... acrescenta novos significados à pronúncia” (TRINGALI, 1988, p. 99). “Para a linguística atual, o termo prosódia refere-se ao conjunto de fenômenos fônicos que se localiza além ou “acima” (hierarquicamente) da representação segmental linear dos fonemas” (FIGUEIREDO, 2006, p. 114).

6 Gêneros

Bakhtin contempla a linguagem como um fenômeno social, histórico e ideológico, definindo um discurso como uma verdadeira unidade de comunicação verbal. O discurso não se configura como um ato isolado, mas, antes, refere-se aos usos coletivos da língua. O caráter específico de cada um desses campos de comunicação verbal gera um dado gênero.

Muito ainda se discute sobre o que é e o que não é gênero, sobre como classificá-lo, se seriam gêneros ou suporte, eventos discursivos, ambiente ou veículo. É o caso de um seminário, de uma mesa redonda ou de um *workshop*. Segundo Costa, esses configuram-se como eventos.

A mesma discussão surge acerca do gênero aula. Muitos consideram a aula como um evento, dentro do qual podemos encontrar variados gêneros, como painéis, exposição. Optamos por seguir Costa, que em seu livro *Dicionário de gêneros textuais*, classifica a aula como um gênero, dando-lhe a seguinte definição:

“AULA (v. AULA CHAT, CONFERÊNCIA, EXPOSIÇÃO ORAL, LIÇÃO, PALESTRA): preleção (v.), exposição oral (v.) sobre determinada área de conhecimento, feita por professor e dirigida a um ou mais alunos, geralmente em estabelecimento de ensino, por período de tempo específico. Por extensão de sentido, explanação, elucidação ou exposição oral (v.), feita de maneira informal, mas professoral, por alguém que conhece bem o tema que aborda.” (COSTA, 2012, p. 44)

O Gênero aula *online* possibilita um usuário a interagir com um computador, a qualquer hora, em qualquer lugar e atinge a um auditório universal.

7 Análise do vídeo *Learn English with Jennifer – Introducing yourself.*

A vídeo-aula selecionada para análise inicia-se com uma música de fundo bem suave. Não há letra, há apenas o instrumental em um volume baixo. Logo que a aula começa, essa música é interrompida e temos a imagem da professora à esquerda do vídeo e da aluna à direita, uma de frente para outra e ambas de lado para a câmera. A mesma música é retomada ao final do vídeo. O plano de fundo é um quadro negro decorado com uma pista de corrida, com vários carros de cores diferentes e pneus ao longo da pista, como em Figura 1.



Figura 1

A *mensagem linguística*, isto é, a ministração da aula realizada pela professora, constitui os elementos verbais que, por sua vez, são acompanhados pela *mensagem*

icônica codificada – os elementos que formam a imagem em si, que nos lembram algo conhecido da realidade: o quadro negro ao fundo remetendo-nos à forma tradicional de se ministrar aulas, bem como a posição em que professora e aluna estão, sugerindo o diálogo. Nesse sentido, tem-se a mensagem icônica não codificada – os vários sentidos que a observação dos elementos imagéticos resgata, com base em uma visão cultural de uma sociedade.

O primeiro *éthos* que percebemos é o de *paciente*. A professora, chamada Jennifer, usa, em termos prosódicos, uma fala de velocidade lenta, volume baixo e faz usos constantes da pausa (que se relaciona à variação de duração), o que torna agradável a audição. Dentre as funções pragmáticas da pausa, destaca-se sua serventia para chamar a atenção para o que se vai dizer em seguida (FIGUEIREDO, 2006); nesse sentido, tem-se a contribuição para o processo didático e persuasivo. Além disso, a oradora repete a mesma frase várias vezes¹ para que a aluna consiga reproduzir a pronúncia e aprender corretamente. Quando a aluna está se esforçando para construir as frases de forma correta, a professora aguarda calmamente (mais uma vez a manifestação do *ethos* de pessoa *calma*). A oradora faz uso da figura de presença denominada *repetição*, que, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), tem por objetivo tornar presente o objeto do discurso na consciência do auditório, aqui usada para criar um efeito argumentativo de sugerir distinções – distinguir a forma correta de pronúncia.

Pela lousa, com desenhos de carros em uma pista de corrida, temos a impressão de que a professora ensina não somente a adultos, mas também a crianças, o que contribui para a imagem de pessoa *paciente* (reiteração).

Agradável também é um dos *éthe* da oradora. Somada à sua voz suave, vemos a valorização e a aprovação demonstradas pela professora por meio de sorrisos diante de todo o esforço da aluna e, em termos linguísticos, por meio das expressões: “*Very good*”, “*OK*”, “*It’s OK*”. Também são suaves os aspectos gestuais que a oradora usa, como o movimentar das mãos e da cabeça. Por meio desses elementos, ela consegue estabelecer uma comunicação positiva com o auditório.

O *éthos* de pessoa comprometida mantém-se por todo o vídeo. A professora repete a mesma frase várias vezes e requer da aluna o mesmo para que a pronúncia seja a mais perfeita possível, numa clara demonstração de comprometimento com o ensino e o aprendizado da língua inglesa.

¹ Conforme transcrição em anexo.

O *éthos* de profissional séria não significa que ela seja uma pessoa de pouca conversa. Pelo contrário, seu sorriso nos lábios e nos olhos é facilmente visto. A seriedade está na forma como conduz sua aula, com explicação clara, repetição e preocupação com o retorno da aluna (demonstrando postura didática). Ademais, a oradora aproveita cada minuto de sua aula para conseguir levar a aluna ao aprendizado.

O *éthos* de pessoa tradicional foi evidente em função do próprio cenário onde a aula foi ministrada, bem como dos traços comportamentais da professora. Mesmo em se tratando de uma aula gravada em vídeo para ser exibida *online*, percebe-se o uso de um quadro negro (conforme observado anteriormente), sem nenhum outro recurso midiático. A vestimenta da professora também salienta esse traço de tradição: um típico *suéter* listrado de gola *rolê*, de cores escuras que não chamam a atenção para nenhum aspecto físico da professora. Não há maquiagem forte, na verdade, talvez somente um batom bem claro nos lábios, nem tampouco bijuterias. Seu cabelo está preso para trás, deixando o rosto livre de qualquer fio caído pela face. Nesse sentido, a *imagem* de pessoa tradicional foi construída por aspectos de ordem física, assim como de traços comportamentais. Além disso, o cenário contribuiu na formação do *ethos* e do discurso tradicionais.

Com relação ao *pathos*, o *éthos* da oradora despertou, no auditório, a paixão da *calma*. Esta se configura como uma paixão verdadeira, uma vez que reflete, interioriza uma imagem que o outro tenha de nós, o que nos faz, simultaneamente, agir sobre ele, mantendo ou despertando nossa calma a seu respeito. Essa é a função retórica da calma – recriar a simetria. A calma é o contrário e, talvez até, o antídoto da cólera, a melhor expressão da indiferença.

Vale ainda observar que a professora usa, em sua aula, os seguintes meios de persuasão: *docere* (ensinar, instruir) – lado argumentativo do discurso e *movere* (comover) – o que abala, atinge os sentimentos, afeta o auditório – lado emotivo do discurso, visando, nesse sentido, persuadir o auditório.

Considerações Finais

Têm-se, na análise qualitativa, os seguintes *éthe* observados: paciente; calmo; agradável; comprometido; profissional e pessoa tradicional. Tais manifestações visaram angariar a confiança do auditório por meio da simpatia; sobretudo com relação ao *ethos* de pessoa paciente e agradável. Por meio dessas imagens de si, a oradora despertou,

possivelmente, a paixão da calma – o que contribui para o processo persuasivo no que se refere à didática e à adesão do auditório.

Nesse sentido, foi possível perceber que o *ethos* do professor tem interferência direta na eficácia da aula dada, o que confirma nossa hipótese inicial. A postura calma e paciente da professora, sua entonação suave e pausada e a atenção dispensada à aluna, contribuem para um maior aprendizado. Assim como o uso da repetição auxilia a memorização e o processo cognitivo. Vale lembrar que, por se tratar de uma vídeo-aula, o objetivo da oradora em questão não é somente o aprendizado da interlocutora, mas, principalmente, do auditório que assiste ao vídeo.

Referências

ABREU, A. S. A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção. 4. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

ARISTÓTELES. **Retórica** (2ª ed.) Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.

BARTHES, R. Retórica da Imagem. In: _____. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

COSTA, J. R. **Dicionário de gêneros textuais**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução Jefferson Luiz Camargo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FIGUEIREDO, M. F. (publicado originalmente como BOLLELA, M. F. F. P.) A prosódia como instrumento de persuasão. In: LOUZADA, M. S. O.; NASCIMENTO, E. M. F. S.; OLIVEIRA, M. R. M. (Orgs.). **Processos enunciativos em diferentes linguagens**. Franca: Unifran, 2006.

FIORIN, J. L. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2015.

FRIAÇA, A. **Trivium & Quadrivium**, as artes liberais na Idade Média 1999.

GUERRA J., A. L., BASQUE, R. M. G. **A argumentação publicitária: uma análise via retórica da imagem**. Disponível em: http://www.celsul.org.br/Encontros/10/completos/xcelsul_artigo%20%2825%29.pdf
Acesso em: 15 dez. 2014.

JOSEPH, M. **O Trivium** - As Artes Liberais da Lógica, Gramática e Retórica. Tradução de Henrique Paul Dmyterko. São Paulo: É Realizações, 2008.

KOCH, I. V. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2011.

MARTINET, A. **Éléments de linguistique générale** (3^a ed.) Paris: Armand Collin, 1991.

MEYER, M. **A retórica**. São Paulo: Ática, 2007.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBOUL, O. **Introdução à retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

TRINGALI, D. **Introdução à retórica: a retórica como crítica literária**. São Paulo: Duas Cidades, 1988.

ANEXO A – Transcrição vídeo *learn english with Jennifer (Lesson 6) – introducing yourself*

J: Natascha, we are friends. I know you, you know me.

Sometimes we see new people. We don't know their names. John, Joe, Paul?

So, we are going to say...we are going to talk about how to introduce ourselves

And say: "My name is Jennifer", ok? This is INTRODUCTIONS. Listen and repeat

J: Introductions

N: Introductions

J: Introductions

N: Introductions

J: Introductions

J: It says what your name is. Hello, my name is Jennifer. What is your name? These are introductions, ok?

N: OK.

J: So, you could say: "My name is Jennifer"

N: My name is Natascha.

J: Natascha.

N: My name is.

J: Is. IS

N: My name is.

J: The questions is: What is your name? What is your name? OK? My name is Jennifer. What is your name? Can you say this? Listen and repeat. My name is Jennifer. What is your name? Now you try.

N: My name's is Natascha. What is... What is your name?

J: My name is Jennifer.

N: What is your ... your ?

J: Your. Your.

N: What is your name? your.

J: Listen. What is your name?

N: What is your name?

J: Very good. Again.

N: My name is... my name is Natascha. What your ... What is ...?

J: Ok, It's ok. What is. Try again.

N: What is your? My name is Natascha. What is your name?

J: My name is Jennifer, ok? And then we say: Nice to meet you.

N: Nice to meet you.

J: OK.

N: Nice to meet you.

J: Nice to meet you.

J: In America, even women – nice to meet you – don't squeeze, don't rug.

N: Nice to meet you.

J: Nice to meet you.

N: Ahh...

J: Don't hold your hand up.

N: Nice to meet you.

J: Nice to meet you. And smile.

N: Ahh, Nice to meet you. Me too.

J: So, in Russian, meet you is: Nice to meet you = приятно познакомиться. It's nice to meet you.

N: Nice to meet you.

J: Nice to meet you. Ok?

N: Ahhha

J: Do you have a question? Say: "Excuse me".

N: Excuse me. I have aquestion.

J: Yes.

N: My name is Natasha. My name is Jennifer.

J: Yes.

N: Nice to meet you. Nice to meet you. You, too.

J: Nice to meet you. Then, you could say: Nice to meet you, too. Nice to meet you, too, ok? Nice to meet you, too.

N: Nice to meet you. Nice to meet you, too.

J: Nice to meet you, too. So, let's try it again. My name's Jennifer. What's your name?

N: My name is Natascha. What is your name?

J: My name's Jennifer. Ok, but let's try for real. I say, this is me. My name is Jennifer. What is your name? Then you say your name. I'm going to ask, I'm going to say: Nice to meet you. So, wait.

J: My name is Jennifer. What's your name?

N: My name is Natascha. Nice to meet you.

J: Nice to meet you, too. Now you start first. Now, we are going to do. Natascha, you start.

N: My name is Natascha. What your... what is your name?

J: My name is Jennifer.

N: Nice to meet you.

J: Nice to meet you, too. Good. Sometimes, we don't say "My name is". You could simply: "I'm".

N: I'm Natascha.

J: I'm.

N: I'm.

J: I'm, ok? Do you understand "I'm" in English?

N: Yes.

J: I'm

N: I'm Natascha.

J: Ok, so you could say: Hello, I'm Natascha". And then, the other person would say: "Oh, I'm Jennifer". Sometimes you ask "What is your name?", sometimes you don't need to, because you say "Hi, I'm Natascha", "Hi, I'm Jennifer", "Nice to meet you". So, sometimes, we don't say this.

N: OK.

J: Hi, I'm Jennifer.

N: I'm Natascha.

J: Nice to meet you.

N: Nice to meet you, too.