

Centro: Comunicação e Artes

Curso: Comunicação

Título: A ARTE RETÓRICA E A NOVA RETÓRICA RELACIONADAS À PROPAGANDA INSTITUCIONAL.

Autores: Fontes, C. M. C.

Email: prof.maria.alice@gmail.com

IES: UNESA

Palavra Chave: Retórica Nova Retórica Propaganda Analogia Persuasão

Resumo:

Esse trabalho tem o objetivo de investigar, a partir da linguagem empregada nas propagandas institucionais, de que maneira a Arte Retórica, estabelecida por Aristóteles, e a Nova Retórica, proposta por Perelman, estão presentes na comunicação. Muitos teóricos da comunicação mencionam a importância do estudo da retórica, mas pouco se aprofundam em sua definição e utilização. Por isso, é interessante um novo olhar desse conceito para relacioná-lo às formas de comunicação. É justamente por este motivo que a nova retórica vai servir de base para a aplicação deste estudo. Aristóteles, que teve Platão como seu mentor, escreveu o livro "Arte Retórica" por volta de 338 a. C., deixando de lado exageros platônicos e sofistas. A Retórica aristotélica, embora apresentada teoricamente, revela os segredos para o sucesso da argumentação persuasiva. Com o objetivo de melhorar a eficácia do discurso, o orador deve buscar provas e ajustá-las de acordo com as premissas do auditório, pois a prova só terá valor e será aceita se for apresentada num contexto agradável ao público em questão. Desde que Aristóteles escreveu a Arte Retórica, mais de 2.000 anos se passaram e a Retórica pouco foi estudada e, por isso, pouco evoluiu. "O Tratado da Argumentação" escrito por Perelman, com o apoio de Olbrechts-Tyteca, foi fundamental para recuperar a arte perdida. No entanto, segundo o próprio autor, seu livro não completa os ensinamentos do discurso, longe disso, apenas simboliza o primeiro passo em busca deste objetivo. A Nova Retórica nada mais é do que o mesmo conceito aristotélico numa visão moderna. É um modo de abordar o assunto sem retornar à forma como era tratado no século V a. C. A definição é a mesma da Retórica Clássica: é a argumentação baseada no uso de técnicas que possibilitam que uma determinada mensagem seja adaptada a um público específico. A principal campanha analisada foi a propaganda eleitoral nacional elaborada pelo TSE no ano de 2008. Deve-se descobrir, portanto, como a Retórica auxilia o emissor da mensagem, mesmo que o próprio não saiba que está se apoiando nas antigas técnicas retóricas. Sendo assim, devem-se apresentar os efeitos e a estrutura da comunicação retórica para que o objetivo seja alcançado.

