



A presença retórica discursiva observada na disputa pelo BBB24

The discursive rhetorical presence observed in the dispute for BBB24

La presencia retórica discursiva observada en la disputa por BBB24

DOI: 10.55905/revconv.18n.3-282

Originals received: 2/25/2025

Acceptance for publication: 3/14/2025

Jislene Chacon Finzeto

Mestranda em Linguística

Instituição: Universidade de Franca (UNIFRAN)

Endereço: Franca – São Paulo, Brasil

E-mail: Jislene_chacon@hotmail.com

RESUMO

O artigo propõe uma sugestão com relação à observação de conceitos e práticas, que estão relacionados à Retórica como elementos de análise de discursos em conversas, discussões, posicionamentos em pares ou grupos, que sejam aparentemente informais, porém com fundamentação intencional para chamar a atenção do auditório num *reality show*, um programa de TV como *Big Brother Brasil*. O objetivo principal deste trabalho consiste em refletir sobre a possibilidade de valorizar uma metodologia retórica para que, assim, se alcancem os objetivos. O artigo tem início com uma mostra do valor da palavra pensada e elaborada. Em seguida, com observações de conceitos retóricos como *ethos*, *pathos*, *logos* e o gênero epidítico ao qual podemos associar. Dessa forma, o trabalho sugere observar como seria a disputa caso os participantes se ocupassem um pouco mais da retórica, o que acabaria os levando a discernir os meios de persuasão mais pertinentes em cada caso.

Palavras-chave: observação, retórica, conceitos, intencional.

ABSTRACT

The article proposes a suggestion regarding the observation of concepts and practices that are related to Rhetoric as elements of discourse analysis in conversations, discussions, positions in pairs or groups, which are apparently informal, but with an intentional basis to draw the attention of the audience in a reality show, a TV program like *Big Brother Brasil*. The main objective of this work is to reflect on the possibility of valuing a rhetorical methodology so that the objectives can be achieved. The article begins with an example of the value of the thought-out and elaborated word. It then goes on to observe rhetorical concepts such as *ethos*, *pathos*, *logos* and the epideictic genre to which we can associate them. In this way, the work suggests observing what the dispute would be like if the participants were to focus a little more on rhetoric, which would end up leading them to discern the most pertinent means of persuasion in each case.

Keywords: observation, rhetoric, concepts, intentional.



RESUMEN

El artículo propone una sugerencia acerca de la observación de conceptos y prácticas relacionadas a la Retórica como elementos de análisis del discurso en conversaciones, discusiones, posicionamientos en pares o grupos, aparentemente informales, pero con base intencional en llamar la atención de la audiencia en un reality show, un programa de televisión como Gran Hermano Brasil. El objetivo principal de este trabajo es reflexionar sobre la posibilidad de valorar una metodología retórica para que los objetivos planteados puedan ser alcanzados. El artículo comienza con un ejemplo del valor de una palabra pensada y elaborada. Luego, con observaciones de conceptos retóricos como ethos, pathos, logos y el género epidéictico al que podemos asociarnos. Así, el trabajo propone observar cómo sería la disputa si los participantes se centraran un poco más en la retórica, lo que terminaría llevándolos a discernir los medios de persuasión más pertinentes en cada caso.

Palabras clave: observación, retórica, conceptos, intencional.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um atributo essencial do ser humano, e a retórica tem sido historicamente utilizada como uma ferramenta para persuadir e influenciar audiências. No contexto do Big Brother Brasil 2024 (BBB24), observa-se que os participantes, muitas vezes, desconsideram os princípios retóricos em suas interações, o que pode impactar diretamente sua permanência no jogo e sua popularidade junto ao público.

Este estudo analisa como os conceitos de ethos, pathos e logos, articulados na teoria aristotélica, se manifestam nos discursos dos participantes do BBB24. Ao compreender a importância da construção discursiva na dinâmica do programa, busca-se refletir sobre como a oratória pode ser um diferencial competitivo na disputa televisiva.

Na retórica, nosso objeto de estudo, o orador traz no argumento sua principal ferramenta após configurar seu auditório e a situação de persuasão presente.

A persuasão pode realizar-se de diferentes maneiras: seduzindo, induzindo, manipulando, etc. No que diz respeito à Retórica, persuadi-se alguém recorrendo a uma intensa prática argumentativa. Na Retórica, o argumento é o principal instrumento de levar o interlocutor a aceitar a tese do orador (Mateus, 2018, p.90).

Trataremos neste trabalho da observação da construção das provas artísticas, conceito aristotélico para modos de persuasão, desenvolvidos pelo orador para sustentar a argumentação, neste caso, em alguns dos momentos de exposição discursivas ao longo de alguns episódios do



reality show, Big Brother Brasil 2024. O programa televisivo reúne pessoas para conviverem por um certo período numa mesma casa vigiada por câmeras. O espetáculo consiste em mostrar cenas reais de convivência, incluindo atitudes, em especial diálogo, posicionamentos e argumentos nos diversos momentos. A irrelevância, muitas vezes atribuída aos modos de persuasão pelos participantes do *reality*, será creditada como resultado do julgamento negativo, em muitos momentos, do auditório em relação aos participantes e suas oratórias. Sendo assim, aqui nos cabe observar conceitos e práticas relacionados à Retórica como elementos de análise de discursos em conversas, discussões, posicionamentos, aparentemente informais. Todavia, com a intenção de ganhar o auditório numa disputa sobre aquele que mais se destaca, principalmente na construção e elaboração do seu *ethos* ao longo do jogo. O programa *Big Brother Brasil 24* mostrou que, ao iniciar no programa, o participante pode começar bem, mas ao longo de sua exposição pode se complicar e colocar tudo a perder. Haja vista que, se o participante tiver o cuidado de elaborar seus discursos em oportunidades pontuais, estudando sempre seu auditório, poderá se favorecer consideravelmente. Sendo assim, com as observações de conceitos retóricos, podemos associar aquele participante que melhor alcance conseguiu na disputa em detrimento daquele que não se permitiu se aventurar muito nos discursos. Como seria se os participantes se apropriassem mais da aplicação dos recursos retóricos?

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PROVAS ARTÍSTICAS: *ETHOS*, *PATHOS* E *LOGOS*

Na visão aristotélica, as provas artísticas são os meios elaborados de persuasão: os que resultam do caráter do orador, *ethos*; os que resultam na emoção despertada pelo orador no auditório, *pathos* e nos resultados dos argumentos verdadeiros ou prováveis, *logos*. As provas não artísticas são os discursos que existem independentes da arte retórica, elaborada, do orador. São as leis, os testemunhos, contratos, confissões sob torturas, por exemplo.

“Enfim, é no *discurso retórico* que os homens e a linguagem se encontram para expor suas diferenças e suas identidades (Meyer, 1998): articulam-se argumentos e estilos para buscar o agradar, o ensinar, o comover, em resumo, o persuadir. O importante é conquistar a eficácia (Ferreira, 2010, p.37).



As provas artísticas são aquelas que credibilizam o orador; sua personalidade, o seu talento e sua imposição oratória sobre o auditório. “É justamente nas provas artísticas que os melhores oradores se distinguem e que os grandes discursos se tornam históricos” (Mateus, 2018, p.105). No universo do BBB 2024, a própria escolha para participar girou em torno daqueles que têm bom discurso a oferecer. É claro que, com o confinamento, eles se revelam melhores ou piores, dialeticamente falando. Entre eles, chamou a atenção do público a *sister* Vanessa Lopes, uma blogueira, que, longe da interação com seu auditório próprio, os internautas não conseguiram estabelecer um *ethos* para a ocasião, e abandonou a competição logo no início. A blogueira, em alguns momentos, se mostrava angustiada, o que culminou numa crise emocional que a fez desistir. Neste caso, por motivo de força maior, a participante perdeu a chance de construir seu *ethos* num outro contexto que não as redes sociais diretamente. Outro participante chamou a atenção desde o início: o motorista de aplicativo Davi Brito Santos de Oliveira. Ele pensou muito em estratégia e não raro arrumou confusão.

Construiu seu *ethos*, no seu momento retórico, como sendo um jovem que gosta de analisar as fraquezas adversárias no jogo e expô-las, como sendo aquele que tem a coragem de falar, tirar máscaras. Nesse momento temos um orador que ganha a confiança do seu auditório por demonstrar simplicidade, honestidade, fazendo-se valer do que Aristóteles vai chamar de *areté*, que denota a virtude humana, as suas qualidades distintivas como a coragem, a justiça, sinceridade apresentando como uma pessoa sincera e franca, o que parece ser ponto muito favorável, pois sua popularidade cresceu bastante, observada nas redes sociais. Mas outro conceito retórico pode ser observado, analisando o *ethos* do participante Davi. O motorista de aplicativo aqui retratado arrisca sua *phrónesis*, ou seja, seu bom-senso e prudência ao chamar a *sister* Yasmim Brunet de inútil, a outra *sister*, Wanessa Camargo, de mimada e outras participantes do *reality* de cobras, porque as vê conspirarem umas contra as outras nos vários espaços pela casa, em muitos momentos ao longo do confinamento. O reflexo de seus contundentes discursos foi observado em vários momentos entre os grupos de participantes. Competidor em suas polêmicas, apostou que seu jeito estava sob medida para o jogo. Mostrando-se corajoso e destemido, seguiu, na maioria das vezes, confiante na disputa que seus posicionamentos, seus discursos agradariam quem precisa agradar. As marcas do *ethos* do enunciador, Davi, na totalidade da sua materialidade discursiva, o colocou como um participante com bastante potencial, pois seu auditório se manifestou favorável nas mídias. Por outro lado,



sisters e *brothers* conhecidos nos meios artísticos e midiáticos prejudicaram suas imagens, descuidando dos discursos.

“Se a percepção é um instintivo para adquirir uma arte, a vocalidade, ao exteriorizar o poder inestimável do verbo, é o exercício da própria arte retórica, aquela que admite a racionalidade e o percurso das emoções em nós de forma previamente articulada, aquela que perscruta o dizer para revelar o humano ou esconder o desumano em nós (Ferreira, 2019, p.11).

Assim, em mais de um momento o espectador do *reality* pode assistir momentos em que artistas, participantes, conhecidos nas mídias, envolvem-se em discussões, em mais de um episódio, e têm seus momentos de exposição oral prejudicados, perdendo a oportunidade de realmente jogarem conforme o objetivo se usassem o tempo e a retórica a seus favores. A *sister* Yasmim Brunet, no episódio do dia doze de março, se desentendeu com a *sister* Alane e na discussão trocaram insultos, momento em que ambas poderiam ter aproveitado a oportunidade para construírem bons argumentos. Porém, não o fizeram, Alana a chamou de mimada e planta por não colaborar muito com os afazeres da casa. Yasmin, por sua vez, fez pior, usou palavras de baixo calão para xingar a outra, perdendo muito a chance de se promover se pensasse mais na elaboração retórica.

“A inteligência retórica só estará completa se, inexoravelmente, se juntar a ela a instância do *pathos*” (Figueiredo, 2020. p. 07). Não há como negar, num estudo retórico, quão imprescindível para o fazer persuasivo a instância do *pathos*, o modelo de persuasão que desperta o público para a emoção. Conforme as ideias aristotélicas, as paixões alteram o estado psicológico de quem as sentem, orador e auditório, e essa sensação pode fazer com que questões sejam reformuladas, juízos e pontos de vistas sejam alterados, na medida que elas, as paixões, despertam dor e prazer na intenção do discurso. Entre as paixões temos: ira e calma; amor e ódio; medo e confiança; vergonha e desvergonha; favor e compaixão; indignação e inveja; emulação e desprezo.

As paixões, para Aristóteles, são faculdades emocionais em seres humanos, que, acompanhados de prazer ou dor, podem gerar susceptibilidades e, em algum momento, mudar os julgamentos, gerar impressões. As paixões forjam estados de espírito sendo contextuais (Ferreira, 2020, p.104).



A princípio, os membros do BBB24 planejaram entrar na competição e, acertadamente, focaram logo de primeira no público que viriam conquistar, necessidade primária, pois a competição depende da simpatia despertada no auditório. No entanto, no confinamento, em meio à pressão psicológica típica da ocasião, as máscaras podem cair e o *brother* ou a *sister*, perde a oportunidade e pode deixar a competição. Várias oportunidades eles têm, e mais que atitudes, os impactos retóricos predominam; nos momentos de discursos, de diálogos e até em alguns solilóquios, eles revelam crenças, gostos, opiniões. Nesses momentos, o auditório espera que seja exaltado no orador o *ethos*, com a máxima qualidade, que ressalte o que o público da competição espera; algo que desperte paixões, as paixões aristotélicas. Só assim é possível reconhecer que realmente é um jogo e pode ser interessante. No episódio do dia vinte e nove de fevereiro do ano dois mil e vinte e quatro, o participante Davi, em uma das competições no programa, ganhou uma bolsa de estudo para o curso de sua escolha de um dos patrocinadores do programa. Em episódio anterior, o *brother* havia sinalizado que seu maior propósito no jogo era poder custear seu maior sonho, cursar medicina.

O jovem emocionou seu auditório durante uma conversa com uma participante ao dizer que seu sonho, o sonho de um jovem pobre, motorista de aplicativo, era cursar uma faculdade, que este era seu principal objeto motivador. Não tardou que, diante da comoção do público do programa, já bem simpático com o estilo do *brother* Davi, a patrocinadora, Faculdades Estácio, em meio a uma das provas, premiou o jogador com uma bolsa integral em curso da sua escolha. Nestes episódios, nos pronunciamentos do participante, o *pathos* se fez presente no despertar da compaixão do auditório em relação ao sonho do *brother*. Ele tem o sonho de cursar, com o prêmio do ganhador do programa, uma faculdade de medicina. Se o patrocinador investiu seus créditos nesse prêmio, é porque o efeito do *pathos*, no despertar da paixão no auditório, foi ótimo. O espectador gostou e comentou muito o merecido prêmio de uma bolsa de estudos para o jovem Davi.

O ideal seria que os confinados do BBB24 fundamentassem seus discursos na racionalidade, porém, em se tratando de pessoas, geralmente jovens, confinados e vigiados vinte e quatro horas por dia, cobrar racionalidade sempre parece quase impossível. Mas há aqueles com muito sangue nas veias e nos olhos que, quando conseguem estabelecer um *ethos* seguro, a outra parte, razão, tem mais chances de sucesso. Como nos diz Aristóteles, persuadir pelo discurso exige empenho, racionalidade. No entanto, até que o confinado encontre sua linha de



raciocínio, quando a encontra, pode não ter tempo para jogar. Ele pode perder e sair logo ou pode vencer na “Sorte”, jogando às escuras. No entanto, se tem o *felling* de pensar, analisando seu auditório e as fraquezas dos seus adversários, seguirá com chances.

Ao adentrarem no jogo, os participantes sabem que seus discursos serão objetos de reflexão. Na construção argumentativa, o *logos*, os jogadores sabem que a palavra é ferramenta para conquistar o objetivo. Não obstante, ao longo dos dias, sofrem com a pressão do confinamento, com as limitações de toda ordem, privacidade principalmente. Assim, os nervos afloram e o discurso estratégico já não é mais realidade. A maioria tenta, mas a falta de experiência retórica para uma participação num jogo de confinamento, coloca tudo a perder. Os que são primeiramente eliminados saem principalmente porque suas atitudes, somadas em especial aos discursos, destoam das expectativas do auditório. A *sister* Yasmim Brunnet, por exemplo, feriu sua imagem, desagradou o auditório, que ficou surpreso quando viu a modelo proferir palavras.

2.2 A FORÇA DAS PALAVRAS: OS BISCOITEIROS TERÃO MAIS CHANCES?

Em conversas informais num programa televisivo feito para expor as personalidades, temos constantemente a chance de perceber a força das palavras para se buscar objetivos. No Big Brother Brasil 2024, por exemplo, nos momentos de exposição oral, nas discussões e divergências, há claramente a possibilidade de apreciarmos os discursos melhores, os mais elaborados. Os mais variados recursos retóricos são extensivamente explorados, fazendo jus às palavras de Huxman, “retórica é um estudo de todos os processos pelos quais as pessoas influenciam umas às outras por meio de símbolos verbais, não verbais, visuais e sonoro” (Huxman, 2015, 5 p. XV). A participante Beatriz Reis Brasil, por exemplo, ao “trocar farpas” com o também participante Lucas Henrique, abusa do jeito despojado, “sincerona” ao falar dela mesma, respondendo às críticas do *brother* sobre seu jeito exagerado, segundo ele, de ser. Neste episódio, que foi ao ar dia 15 de janeiro, a *sister* aproveita o momento para se mostrar do jeito que o auditório espera, empoderada. Em um dos episódios, no quadro denominado “Sinserão”, o participante Lucas Henrique é orientado a apontar o participante “Biscoiteiro”, ou seja, aquele que prejudica o espaço do outro. O Brother hesita no primeiro momento e escolhe finalmente a participante Beatriz. Ele é orientado a explicar o motivo da escolha, ele então a



define como uma pessoa que, nas festas que acontecem no programa, toma todo espaço, comportando-se de maneira egoísta, prejudicando a participação dos outros. O apresentador do programa, então, após exposição de Lucas, solicita que ela tome a palavra para se defender. A *sister* usa a prerrogativa como se fosse a última vez; abusa dos gestos agitados e nervosos, entonação para todos ouvirem e começa sua própria descrição: “ Eu não sou obrigada a chegar aqui e me moldar, me fechar. Sou assim, gosto de cantar, gosto de dançar (...)”. Estando o programa ainda no início, temos uma mostra do que Abreu chama de “Tese de Adesão Inicial (ABREU, 6 ed., 2003, p.46), o recurso enfático usado pela participante, logo no início, ganha estabilidade e a promove diante do auditório, prova reconhecida no aumento bastante considerável de seus seguidores no *Instagram*. A participante tem a chance de partir para a tese principal, que é se manter com aprovação do auditório e seguir na competição. A “Tese de adesão”, de acordo com ABREU, fundamenta-se em fatos ou presunção. Se a participante do *reality* presume que seu auditório quer ver uma mulher empoderada, irá continuar com suposições fundamentadas dentro daquilo que é esperado, explorando seus discursos e comportamentos. Entretanto, se não tiver maturidade para vencer as tentações do confinamento, poderá se perder. Ao contrário, se conseguir se manter firme no propósito, terá grandes chances. Somente ao longo dos episódios foi possível constatar: ah, se ela tivesse a noção dos bons recursos retóricos!

Talvez seja a grande sacada para a competição acontecer: admitir pessoas jovens demais, que mesmo sendo populares nas mídias ou na vida profissional, não percebem possibilidades retóricas de que poderiam lançar mão, como, por exemplo, explorar melhor os “Recursos de presença”. O melhor recurso: as histórias ilustrativas, que tanto podem elevar seu modo de ser, em demonstração sedutora e simpática ao auditório, dando mais visibilidade à tese de adesão. Abreu defende a tese de que a vida não é medida pela força de uns e a fraqueza de outros, mas pela sagacidade, habilidade e saber. (ABREU, 6 ed., 2003, p.67, 69). No *reality show* aqui em questão, a habilidade, somada à sagacidade em relatar uma história, ilustrando a intenção de defender a tese inicial, poderia elevar consideravelmente a simpatia do auditório, elemento principal da disputa do programa.



2.3 GÊNEROS RETÓRICOS, CONSOANTE A ARISTÓTELES (2005)

O discurso corresponde a três elementos: o orador, o assunto sobre o qual se fala e o ouvinte, principal alvo do discurso. É para este último que o orador adapta seu discurso com traços específicos. Inúmeras são as classes de ouvintes, apesar de serem predominantemente, segundo Aristóteles, três espécies de auditório. Assim, pensando nas adaptações e finalidades do discurso, as espécies, os gêneros de retórica predominantes são três: deliberativo ou político, o judicial ou forense e o epidítico ou demonstrativo. No contexto do Big Brother Brasil 24, observamos indícios nos diálogos, pronunciamentos, solilóquios dos três gêneros. Todavia, há aquele gênero que fez história; memórias afetivas se perpetuaram em outras edições do BBB. Trata-se do gênero epidítico que tem, no apresentador do programa, seu principal orador.

“Falemos da virtude e do vício, do belo e do vergonhoso; pois estes são os objetivos de quem elogia ou censura” (Aristóteles, 2015, p. 86). O gênero epidítico discursa para o auditório espectador, sobre o tempo presente, especialmente louvando ou censurando valores nobres, ou vil, amplificados. Nesse gênero, espera-se do orador habilidades artísticas que celebre, exalte, demonstre com tendências formais, poéticas e figurativas, principalmente. O orador explora aspectos sentimentais, expondo atitudes numa oratória ritualística.

Ele sabe o que faz, já se consolidou nas outras edições com o discurso que sensibiliza o auditório, espectadores do programa e principalmente os participantes. Cada dia de eliminação, uma surpresa em forma de discurso. Na eliminação do dia vinte e seis de março, por exemplo, mais uma vez o orador fez valer os recursos retóricos epidíticos com propriedade. Explorou, valorizou e exaltou virtudes das emparedadas, antes de anunciar a eliminação. Tratou também de falar sobre atitudes menos virtuosas, afinal é preciso explicar os motivos que levaram ao resultado da eliminação da participante pelo expectador, o auditório. Entretanto, ao fazê-lo, procurou falar com graça, respeito e carinho. Eis trechos do discurso:

"Mais uma vez, Bia e Alane estão juntas na paridade. Juntas. Essa é a palavra para essas mulheres. Antes do BBB, poderiam até ter trabalhado juntas se o destino fosse um pouquinho mais generoso. Será que seriam amigas? Tão amigas quanto se tomaram aí dentro. Têm o mesmo sonho de ser atrizes e passam o dia juntas, ensaiando como enfrentar cada momento. Tão diferentes do estilo, tão parecidas na luta. Para enfrentar ambas, Raquel, Rochelle, Rachele. No começo, foi difícil acertar o nome dessa moça. Essa moça que é sinônimo de cara boa. Se alguém olha para essa menina com esse rosto, esse sorriso, essa risada gostosa e não simpatiza, tem alguma coisa errada com essa pessoa e aqui temos o enfrentamento de três vozes muito peculiares. A Raquelle tem um jeitinho de falar que é muito dela, né? Michel! Giovanna! É uma delícia, né? Fala cantando e quando de fato canta, aí vocês podem imaginar o prazer que é acompanhar uma festa com o



microfone da Raquele em destaque. Que vozeirão que essa mulher tem! Se bem que a extensão vocal que mais chama a atenção nessa casa é da Alane, que vai da vizinha doce de bonequinha à voz de sepultura furiosa para atacar ou defender, para se fazer ouvir. E ela se faz ouvir. E tem a Bia, cuja voz precisa ser estudada. Porque ela já é roquinha, né? Na largada. Mas aí ela passa horas fazendo show de talentos, propaganda, com volume no último, uma empolgação total e quando termina a voz está igual. É impressionante, é um fenômeno. Mas claro que no BBB, mais importante do que os superpoderes vocais de cada uma, é o conteúdo propagado por essas vozes. Mais ainda, o que as pessoas estão ouvindo? O psicanalista francês Jacques Lacan dizia o seguinte: você pode saber o que disse, mas nunca o que o outro escutou. Lembra que um dia desses falei das gavetas com rótulos? Quem está te assistindo colocou-te numa gavetinha, te rotulou com alguma classificação, porque foi assim que a pessoa te escutou. E se não era essa a mensagem que você queria passar? Se não é fácil garantir que a imagem chegue aos outros do jeito que você gostaria, o que se pode fazer? A única coisa que está nas suas mãos é ser o mais claro possível. É botar em negrito o que você realmente quer dizer e isso requer esforço para passar mensagem de campeão do BBB 24, a vida não pode ser confortável aí dentro. Você sabe como jogou, sabe como respondeu quando foi chamada, mas quem é você para o público? “

3 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, foi realizada uma análise qualitativa dos discursos dos participantes do BBB24, com base na observação de episódios selecionados do programa. A metodologia utilizada se fundamenta na análise retórica, buscando identificar elementos dos três meios persuasivos clássicos: ethos (credibilidade e caráter do orador), pathos (apelo emocional ao público) e logos (uso da lógica e argumentação racional).

A seleção dos episódios se deu com base em momentos de maior impacto discursivo na casa, como discussões, discursos de defesa no paredão e momentos de destaque durante a formação de alianças estratégicas. Além disso, foram considerados os discursos do apresentador do programa, Tadeu Schmidt, cuja oratória representa um exemplo bem estruturado do gênero epidítico.

Os dados foram analisados a partir de um referencial teórico baseado em Aristóteles, Ferreira (2020) e Mateus (2018), explorando como os participantes utilizaram (ou falharam em utilizar) recursos retóricos para persuadir seus colegas de confinamento e o público espectador.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise revelou que os participantes que melhor souberam estruturar seus discursos foram aqueles que conseguiram manter uma imagem coesa e bem recebida pelo público. O ethos desempenhou um papel central na construção da credibilidade dos jogadores, sendo que aqueles que se mostraram autênticos e coerentes ao longo do jogo obtiveram maior aceitação. Um



exemplo é Davi Brito, cuja construção de *ethos* enfatizou simplicidade, sinceridade e determinação, características que ressoaram positivamente junto ao público.

O *pathos* também teve um impacto significativo, como observado no caso da comoção gerada em torno da história pessoal de Davi, que manifestou seu sonho de cursar medicina. Sua narrativa emocional despertou empatia e fortaleceu sua conexão com o público, culminando na concessão de uma bolsa de estudos por um dos patrocinadores do programa. Esse exemplo evidencia como a emoção bem trabalhada pode se converter em apoio popular.

Por outro lado, participantes que não souberam controlar seus discursos, falharam no uso do *logos* e na coerência argumentativa, resultando em rejeição. Yasmin Brunet, por exemplo, teve sua imagem prejudicada pelo uso de palavrões e ataques impulsivos, perdendo a oportunidade de construir argumentos persuasivos que a favorecessem no jogo.

O discurso do apresentador Tadeu Schmidt também se destacou como um modelo de uso estratégico da retórica, especialmente no gênero epidítico. Suas falas durante as eliminações demonstraram habilidade em balancear elogios e críticas persuasivamente, consolidando sua posição como mediador e intérprete das dinâmicas públicas do jogo.

A pesquisa evidenciou que a falta de consciência retórica por parte de alguns participantes contribuiu para sua eliminação precoce, enquanto aqueles que souberam utilizar *ethos*, *pathos* e *logos* estrategicamente conquistaram maior aceitação e avanços no jogo. Dessa forma, a retórica se mostra uma ferramenta essencial para a construção da imagem pública e do sucesso em competições de popularidade como o BBB24.

5 CONCLUSÃO

Estudamos retórica para percebermos o funcionamento da linguagem, para podermos explorar os recursos linguísticos que fazem com que os discursos, as ideias se tornem atraentes, memoráveis. E essa potencialidade é a arma da mais saudável, porém da mais nociva, *idem*. No artigo aqui descrito, na análise dos momentos retóricos no contexto do *reality show*, observamos que os melhores discursos, considerando a análise do *ethos*, *pathos* e *logos* e o gênero epidítico, com certeza estão com o apresentador, Tadeu Schmidt. Nas suas abordagens, é possível perceber o planejamento, o preparo típico da experiência profissional para com o gênero epidítico nesse contexto de *reality show*. Mas, os jogadores mais atentos também fazem muito bem. Exemplos



temos no favorito ao prêmio pelas mídias: o jovem Davi que conquistou seu auditório mostrando que ele foi participar do *reality* consciente e determinado. Por ser um jogo, nada mais justo que ele seja mesmo um dos favoritos, pois o auditório de um jogo espera ver jogo. O jovem Davi demonstrou o interesse em elaborar estratégias, ao mesmo tempo que conseguiu construir um *ethos* que despertou simpatia. Contudo, voltando ao apontado na introdução, teríamos discursos muito melhores entre os participantes se estes incluíssem com mais perspicácia recursos retóricos nas várias oportunidades de discursos e discussões que tiveram.



REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar**: Gerenciando Razão e Emoção. 6. ed. Cotia S.P. Ed. Ateliê editorial, 2003.

ARISTÓTELES. [tradução: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena]. **Retórica/Aristóteles**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2015.

CAMPBELL, Karlyn Kohrs; HUXMAN, Susan Schultz; BURKHOLDER, Thomas R. [tradução Marilene Santana dos Santos Garcia]. **Atos de retórica**: para pensar, falar e escrever criticamente. 5 ed. São Paulo. Ed. Cengage Learning, 2015.

FERREIRA, Antônio Luís, organizador. **Inteligência retórica: Ethos**. São Paulo. Ed. Edgard Blucher Ltda, 2019.

FERREIRA, Antônio Luís, organizador. **Inteligência retórica: Pathos**. São Paulo. Ed. Edgard Blucher Ltda, 2020.

FERREIRA, Antônio Luís, organizador. **Inteligência retórica: Logos**. São Paulo. Ed. Edgard Blucher Ltda, 2021.

FIORIN, José Luiz. **Argumentação**. São Paulo. Ed. Contexto, 2005.

MATEUS, Samuel. **Introdução à retórica no sec. XXI**. Covilhã, Portugal. Ed. LabCom.IFP, 2018.

REBOUL, Oliver [tradução: Ivone Castilho]. **Introdução à retórica**. 2. ed. São Paulo. Ed. Martins Fontes, 2004.