

Oratória e Comunicação na Era da Hiper Conveniência Digital: O Uso de IA na Retórica e na Persuasão¹

Luma Lane Alexandre dos Santos Rodrigues²
Faculdade de Ensino de Minas Gerais - Faceminas

RESUMO

Este artigo investiga a relação entre oratória e inteligência artificial (IA), ao analisar as limitações da IA na construção de discursos eficazes. O problema central reside na incapacidade da IA de desenvolver subjetividade e adaptação discursiva em tempo real. O objetivo é demonstrar como a oratória exige a interação entre *ethos*, *pathos* e *logos*, elementos essenciais para a persuasão. Metodologicamente, a pesquisa baseia-se em revisão bibliográfica, ao utilizar autores como Perelman, Olbrechts-Tyteca e García-Marchena. A fundamentação teórica explora a influência da linguística e da engenharia no aprimoramento das tecnologias de linguagem. Como contribuição, evidencia-se que, apesar dos avanços tecnológicos, a presença humana continua indispensável para discursos eficazes e persuasivos.

PALAVRAS-CHAVE

Oratória. Discurso. Inteligência Artificial. Retórica. Persuasão.

METODOLOGIA

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa por meio de revisão bibliográfica e busca compreender o impacto das ferramentas de Inteligência Artificial (IA) na oratória e na persuasão. A partir da delimitação do problema – de que maneira as ferramentas de IA modificam as dinâmicas de oratória e persuasão na comunicação digital –, o estudo fundamenta-se na análise de textos acadêmicos e artigos científicos que abordam a retórica, o discurso e a interação entre tecnologia e linguagem. Para tanto, foram utilizados os trabalhos de Ferreira (2014), Gregolin (1995), Van Dijk (2016), entre outros, que oferecem subsídios teóricos para a compreensão da construção discursiva e da influência dos recursos tecnológicos no campo da comunicação oral.

O objetivo geral desta investigação é analisar o impacto das ferramentas de IA na construção de discursos persuasivos. A revisão bibliográfica fundamenta-se em estudos sobre a teoria do discurso (Silva, 1997; Soares, 2019), bem como na análise da

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Inteligência Artificial: usos e perspectivas críticas, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Estudante de Pós-Graduação dos Cursos de “Comunicação e Oratória” e “Inteligência Artificial” da Faculdade de Ensino de Minas Gerais, email: lumalanerodrigues@gmail.com

influência da digitalização na comunicação (Mauro, 2022; Lovón, 2024). O cruzamento dessas abordagens permite uma reflexão crítica sobre a transformação das estratégias de persuasão na era digital.

A justificativa para a realização deste estudo reside na crescente inserção da inteligência artificial na comunicação contemporânea, especialmente no que tange à produção de discursos automatizados e à personalização da linguagem. Com base nos estudos de Knihs (2024) sobre os fundamentos da oratória persuasiva e nos trabalhos de Santos (2014) e Gomes (2014) sobre as estratégias discursivas, a pesquisa visa contribuir para o debate acadêmico sobre as potencialidades e os desafios do uso de IA na comunicação oral.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O estudo dos gêneros discursivos têm adquirido crescente relevância nas investigações linguísticas contemporâneas. Esse movimento pode ser atribuído à ampliação do campo de análise da Linguística, que, nas últimas décadas, passou a considerar não apenas a estrutura formal das sentenças, mas também os princípios organizadores do discurso, seus aspectos interacionais, o contexto de enunciação e as condições sob as quais ocorre a comunicação. Nesse cenário, torna-se fundamental a classificação dos gêneros discursivos, uma vez que cada um deles apresenta restrições específicas quanto à forma de organização textual, às estratégias de início e encerramento e às situações comunicativas em que se insere.

Diante desse panorama, a presente pesquisa busca analisar a relação entre a oratória e a comunicação na era digital, com ênfase no impacto das ferramentas de inteligência artificial na retórica e na persuasão. Com a emergência das inteligências artificiais generativas, especialmente a partir de novembro de 2022, com o lançamento e subsequente popularização do ChatGPT, observa-se uma profunda transformação nos processos comunicacionais. O avanço dessas tecnologias marca o advento da hiperconveniência digital, na qual a produção discursiva se torna cada vez mais automatizada, personalizada e acessível.

Nesse contexto, este estudo propõe uma reflexão crítica sobre as mudanças na construção e na recepção dos discursos persuasivos, ao investigar de que forma a inteligência artificial influencia a estruturação da oratória e os processos argumentativos. A análise fundamenta-se em uma revisão bibliográfica que abrange teorias do discurso e estudos sobre persuasão, a fim de permitir uma compreensão aprofundada do impacto dessas tecnologias no cenário atual.

Os meios de persuasão estão diretamente relacionados às instâncias argumentativas fundamentais da retórica, conhecidas como *ethos*, *pathos* e *logos*. No que concerne ao *logos*, destaca-se a *actio*, isto é, o momento em que o discurso é proferido ao público. Durante essa etapa, cabe ao orador empregar estratégias discursivas para alcançar a persuasão e concretizar seu objetivo comunicativo.

Para compreender os processos discursivos, é necessário distinguir a análise do texto da análise do discurso e identificar como a estrutura textual influencia a construção discursiva. O percurso gerativo do sentido pode ser organizado em três níveis. O nível fundamental constitui a etapa inicial da geração do texto, em que se estabelecem os elementos mínimos necessários para a construção do significado, ao basear-se no princípio da transformação narrativa. No nível narrativo, esses valores fundamentais são organizados em uma estrutura narrativa específica, ao diferenciar os textos pelo modo como seus conteúdos são articulados discursivamente. Por fim, o nível discursivo corresponde à manifestação textual propriamente dita, na qual a narrativa se concretiza por meio das escolhas do sujeito enunciador, e inclui aspectos como tempo, espaço e perspectiva. Como destaca Gregolin (1995, p. 17), o discurso representa um estágio essencial do processo de construção de sentido, sendo o ponto em que as relações entre texto e contexto sociocultural se tornam evidentes.

No contexto contemporâneo, a oratória é amplamente segmentada em diferentes áreas de atuação. No entanto, ao analisarmos historicamente a prática oratória, observamos que ela sempre esteve associada a um conjunto de técnicas vocais voltadas à persuasão e ao convencimento do público.

Dessa forma, a persuasão não se restringe exclusivamente à oratória, mas se relaciona com outros métodos discursivos que visam influenciar o interlocutor. A

excelência da expressão, por sua vez, pode ser interpretada sob diversas perspectivas e inclui a clareza na pronúncia das palavras ou a capacidade de estruturar e transmitir um raciocínio coerente e bem fundamentado. Assim, a concepção de oratória apresentada por Quintiliano não exclui os aspectos não verbais da comunicação, mas enfatiza a importância dos componentes vocais na construção do sentido e na efetividade do discurso persuasivo.

Independentemente das características oratórias de um indivíduo, o contexto de sua fala desempenha um papel fundamental na recepção de seu discurso. O posicionamento discursivo e a formação discursiva na qual o sujeito está inserido são determinantes para que os efeitos de sentido produzidos a partir desse contexto sejam compreendidos sob uma determinada perspectiva discursiva (SOARES, 2019, p. 272).

ANÁLISE

A arte da oratória, conforme discutido por Santos et al. (2017), exige adequação ao gênero do discurso e ao público-alvo, ao considerar fatores como a intencionalidade do discurso e o contexto temporal. Essa adequação, essencial para a eficácia da comunicação, baseia-se na interação dinâmica entre orador e auditório, pois, como apontam Perelman e Olbrechts-Tyteca (1999), a qualidade argumentativa é determinada pela recepção do público, que influencia diretamente o comportamento do orador.

No entanto, com o crescimento do uso da inteligência artificial na elaboração de textos, surgem desafios quanto à subjetividade e à adaptação discursiva. A IA, ao gerar conteúdos com base em padrões linguísticos e comandos predefinidos, carece da capacidade de construção do *ethos* e do *pathos*, fundamentais para estabelecer a relação entre orador e público (SANTOS et al., 2017). O orador humano, ao contrário, não apenas escolhe o gênero discursivo mais adequado à sua personalidade e contexto (MORAES, 1963), mas também interpreta reações do auditório e ajusta sua argumentação em tempo real para maximizar a persuasão e adesão às suas ideias.

A ausência dessa adaptação em tempo real limita a IA à reprodução mecânica de conteúdos, sem que haja uma real percepção dos valores e emoções do público. Isso se torna ainda mais evidente na oratória epidítica, que, segundo Perelman e

Olbrechts-Tyteca (1999), busca reforçar disposições para a ação ao aumentar a adesão a determinados valores. A IA pode estruturar discursos ao se basear em dados históricos e linguísticos, mas não possui a sensibilidade necessária para identificar mudanças de humor, contexto ou reações sutis da audiência, elementos essenciais para o sucesso da comunicação persuasiva.

Segundo García-Marchena (2007), “a colaboração entre linguistas e engenheiros permitiu um salto qualitativo na área da inteligência artificial” (p. 1). Embora desenvolvida por engenheiros, a IA depende da ciência linguística para alcançar um nível mais sofisticado de interação textual. Os engenheiros se apoiam na ciência da computação, enquanto os linguistas desenvolvem teorias sobre o funcionamento da linguagem, ao permitirem a criação de modelos que simulam respostas inteligentes e humanizadas (García-Marchena, 2007).

CONCLUSÃO

Embora a inteligência artificial represente uma ferramenta na elaboração de discursos, sua aplicação ainda enfrenta limitações no que se refere à interação subjetiva e emocional. A IA, por depender de lógica algorítmica e de dados predefinidos, não possui a capacidade de adaptação discursiva em tempo real, característica essencial da oratória eficaz. Apesar dos avanços proporcionados pela colaboração entre linguistas e engenheiros na busca por tecnologias de linguagem cada vez mais sofisticadas, a comunicação humana permanece insubstituível na construção do *ethos* e do *pathos*, elementos fundamentais para a persuasão e a adesão do público. Assim, a presença do orador humano continua indispensável na construção de discursos que vão além da coerência textual, ajustando-se dinamicamente ao contexto e à recepção do auditório, para garantir, assim, maior efetividade na transmissão da mensagem. Como destacam Santos et al. (2017), “todos se deixam persuadir pelo que é conveniente”, e a conveniência de um discurso não se baseia apenas na coerência textual, mas na forma como ele se ajusta ao contexto e à receptividade do público.

REFERÊNCIAS

GOMES, Acir. “Autoajuda” para bem falar em público. São Paulo: Blucher, 2017. p. 107-124. Disponível em <https://www.estudosretoricos.com.br/storage/uploads/files/livros/artimanhas-do-dizer.pdf>. Acesso em 12 de março de 2025.

SANTOS, Adilson. Gêneros do discurso oratório. São Paulo: Blucher, 2017. p. 107-124. Disponível em <https://www.estudosretoricos.com.br/storage/uploads/files/livros/artimanhas-do-dizer.pdf>. Acesso em 12 de março de 2025.

GREGOLIN, Maria. A Análise do Discurso: conceitos e aplicações. São Paulo: Alfa, 1995. p. 13-21. Disponível em <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/a5c2926e-0a7e-4409-8482-72796850f972/content>. Acesso em 13 de março de 2025.

PÊCHEUX, M. Apresentação da AAD. In: GADET, F., HAK, H. Por uma análise automática do discurso (Uma introdução à obra de Michel Pêcheux). Campinas: Pontes, 1990.

VAN DIJK, Teun. Discurso-cognição-sociedade: estado atual e perspectivas da abordagem sociocognitiva do discurso. Porto Alegre: Letrônica, v. 9, n. esp. (supl.), s8-s29, nov. 2016. Disponível em <https://puers.emnuvens.com.br/letronica/article/view/23189/15076>. Acesso em 14 de março de 2025.

QUINTILIANO, Marco Fábio. Instituição oratória (Tomo I). Trad. Bruno Fregni Bassetto. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2015.

PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Puccinelli Orlandi et. al. 4ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (orgs.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Bethania S. Mariani [et. al.] 4ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. Tratado da argumentação: a nova retórica. Trad. Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

POMBO, Ruthe Rocha. Adeus ao medo de falar em público. São Paulo: Ideias & Letras, 2016.

SOARES, Thiago. Sentidos da Voz: uma análise das unidades de discurso presentes no campo da oratória. Tocantins: Humanidades & Inovação, 2019.

MAURO, Maria. Cultura da hiper conveniência: a um clique de distância. Blog Maria Francisca Mauro, 2022. Disponível em <https://mariafranciscamauro.com.br/blog/cultura-da-hiper-conveniencia/>. Acesso em 16 de março de 2025.

LOVÓN, Marco. PARINI, Alejandro. Inteligencia artificial, discurso digital y lenguaje: La lingüística en la era de las nuevas tecnologías. Chile: Lingüística Teórica y Aplicada, 2024. Disponível em <http://www.scielo.org.pe/pdf/lys/v23n2/2413-2659-lys-23-02-577.pdf>. Acesso em 18 de março de 2025.