



O *ETHOS* E O *PATHOS* NA CONSTRUÇÃO ARGUMENTATIVA DO DISCURSO RELIGIOSO

Sônia Cristina Tavares Vilela Chamone*

soniacvilela@yahoo.com.br

*Mestranda em Linguística e Língua Portuguesa, PUC-Minas, Belo Horizonte, MG;
bolsista CAPES.

RESUMO:

Pretende-se, através deste trabalho, analisar como o *Ethos* e o *Pathos* são utilizados no discurso religioso tendo em vista sua intenção de buscar a adesão de novos fiéis e de manter os que já fazem parte da comunidade religiosa. Com esse objetivo, tomaremos como corpus um trecho de um programa televisivo evangélico transmitido pelo canal Rede Super de Televisão sediada em Belo Horizonte, Minas Gerais. Essa análise partirá de estudos já realizados por autores como Adilson Citelli, Christian Plantin, Eni P. Orlandi, Marcelo Dascal, Patrick Charaudeau e Ruth Amossy no anseio de apresentar uma análise discursiva qualitativa no campo da Análise do Discurso.

Palavras-chave: Discurso religioso – Argumentação – Mídia

ABSTRACT:

The purpose of this research is to analyse how the *Ethos* and *Pathos* are used in the religious discourse given its intention to increase the number of the faithful and to keep the ones who are already in the religious community. Hence the corpus will be the fragment of a Christian TV show broadcast by Rede Super channel, in Belo Horizonte city, Minas Gerais. This analysis will be based on studies of authors like Adilson Citelli, Christian Plantin, Eni P. Orlandi, Marcelo Dascal, Patrick Charaudeau e Ruth Amossy in order to present a qualitative analysis in Discourse Analysis field.

Keywords: Discourse Religious – Argumentation – Media

CONSIDERAÇÕES INTRODUTÓRIAS:

Esta pesquisa propõe tomar por foco o *ethos* e o *pathos* no discurso religioso, buscando refletir sobre seu papel na construção argumentativa do discurso. O que se pretende, nesse aspecto, é verificar o seu uso no discurso religioso gerado pela intencionalidade de conquistar novos fiéis e de manter os que já fazem parte da comunidade religiosa.

Caracterizado por uma intencional argumentatividade, o discurso religioso nos possibilita um abrangente campo de estudo, já que em si se instalam todas as condições de dominação da palavra e força argumentativa em prol de uma determinada ideologia e, para alcançar seus objetivos, o locutor utiliza todas as estratégias discursivas disponíveis para conquistar a adesão de seu interlocutor.

É o que tentaremos demonstrar por meio da transcrição e análise de um trecho de um programa televisivo evangélico transmitido pelo canal aberto Rede Super de Televisão, na voz de Ana Paula Valadão Bessa, pastora e cantora da Igreja Batista da Lagoinha, sediada em Belo Horizonte/MG.

Para esta análise, buscamos nos fundamentar nos postulados da Análise do Discurso e na leitura de estudos realizados por Adilson Citelli, Christian Plantin, Eni P. Orlandi, Marcelo Dascal, Patrick Charaudeau e Ruth Amossy no anseio de apresentar uma análise discursiva qualitativa. Que assim seja!

O DISCURSO RELIGIOSO

Para analisarmos os aspectos linguísticos e argumentativos do discurso religioso, precisamos considerar primeiramente o que entendemos por linguagem, já que é por meio dela que nos inserimos e nos posicionamos no mundo. Dessa forma, temos a linguagem como forma de ação dos sujeitos na sociedade, levando em conta a intersubjetivação dos interlocutores e as condições históricas de seu discurso. A linguagem é assim uma forma de ação orientada em um tempo e espaço determinado, ou seja, “[...] quando se diz algo, alguém o diz de algum lugar da sociedade para outro alguém também de algum lugar da sociedade e isso faz parte da significação” (Orlandi, 1987, pag. 26). É por ela que os sujeitos estabelecem variados tipos de discursos e constroem relações sociais, políticas e ideológicas. A partir dessa visão de linguagem, ou seja, como ação dialógica e interacional mediada no tempo e espaço, construímos, portanto, sentidos para os discursos que nos cercam, os quais não se isentam de intencionalidade.

Percebemos assim que o discurso religioso é caracterizado fortemente pela sua intenção de convencer, de agir sobre o outro na tentativa de gerar certos efeitos no interlocutor com o objetivo de conquistar sua adesão à ideologia que propõe.

Os homens têm diante o discurso religioso uma escolha a fazer: seguir as doutrinas pregadas pelos líderes religiosos em “troca” de uma salvação ou não seguir tais doutrinas, cometendo, dessa forma, “pecados” e tendo como sanção o castigo.

Desse modo, o discurso religioso apresenta-se como aquele que prega em suas doutrinas a dicotomia entre o certo e o errado; o bom e o mal; o santo e o pecador; o céu e o inferno. Por meio dele, as ações dos sujeitos se instauram, conseqüentemente, em um “dever-fazer” e um “não-dever-fazer” em busca da salvação prometida aos que seguem à risca as doutrinas da religião.

ETHOS: UMA ABORDAGEM INTERDISCIPLINAR

Considerando a extensão das abordagens teóricas sobre o *Ethos*, tomaremos como base o texto de Marcelo Dascal “O *Ethos* na argumentação: uma abordagem pragma-retórica” e o texto de Ruth Amossy “O *Ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos”, ambos publicados em 2005, na obra *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*.

O que seria o *Ethos* e o *Pathos* na intersecção da retórica e pragmática? Essas duas disciplinas são divergentes entre si? Dascal propõe em seu texto que tais categorias podem ser abordadas a partir de um ponto de vista inferencial/cognitivo, cujos processos são semelhantes às estratégias pragmáticas de produção e interpretação de discursos. Para se compreender discursos que apresentam argumentos ethóticos, é preciso fazer inferências para a construção de seus sentidos, ou seja, é preciso exercer papéis cognitivos. Vejamos o exemplo dado pelo autor (DASCAL, 2005, p.61):

Se um locutor é percebido como alguém que prega uma certa doutrina, mas que não aplica seus princípios, a plausibilidade de seus argumentos diminui de forma geral, e não só a favor dessa doutrina, pois ele projeta um *ethos* de hipócrita. Ao contrário, se alguém, ao reconhecer as contradições de uma tese que havia proposto, abandona-a ou a modifica, sua credibilidade epistêmica aumenta.

Através desse exemplo, o *ethos* pode ser visto de duas formas: a) tematizado ou explicitado no nível proposicional e b) não tematizado, não explicitado no nível proposicional. Em outras palavras, o *ethos* tematizado seria aquele que está dito, que está claro, explícito no enunciado; já o *ethos* não tematizado seria aquele que passaria por certo tipo de experimentação através de informações buscadas fora do enunciado. Tanto as propriedades explícitas relativas ao caráter do orador, quanto as implícitas, podem afetar a credibilidade do mesmo, como também a plausibilidade de seus argumentos.

O *ethos* não se define apenas por meio da imagem que o orador cria de si, sua autoridade não advém puramente dessa imagem criada no discurso, mas sim de um conjunto de fatores que englobam a enunciação desse discurso, tais como os participantes envolvidos na interação, o objetivo da troca verbal e o cenário. Daí a importância da pragmática aos estudos sobre o *ethos*.

Como vimos, Dascal propõe duas formas de reconstruir a imagem do orador/locutor: a primeira, a proposicionalização, que consiste em tirar proposições da informação sobre o caráter transmitido pelo comportamento do locutor e daqueles que com ele interagem; e a segunda que seria a exploração do caráter não proposicional da informação através de inferências mediadas pela interação dos sujeitos e da enunciação.

Os argumentos ethóticos, vistos na perspectiva pragmática, para serem validados na construção argumentativa, devem levar em consideração os papéis discursivos, a *doxa* - que é o conjunto de crenças partilhadas pelos sujeitos participantes do discurso -, os estereótipos desses sujeitos, o tempo e espaço determinados. Dessa forma encontraremos o ethos na argumentação discursiva do discurso religioso através da construção de uma imagem de si que leva em conta o auditório, os interlocutores, a *doxa* compartilhada e os estereótipos criados no discurso.

Assim salienta Ruth Amossy em seu artigo *O Ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos* (AMOSSY, 2005, p.125):

De fato, a ideia prévia que se faz do locutor e a imagem de si que ele constrói em seu discurso não podem ser totalmente singulares. Para serem reconhecidas pelo auditório, para parecerem legítimas, é preciso que sejam assumidas em uma *doxa*, isto é, que se indexem em representações partilhadas. (...) A estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado.

Vemos, dessa forma, que a construção de um ethos não se dá apenas pelo enunciado, nem mesmo somente pela enunciação, mas numa interação contínua entre o que o locutor diz em seu discurso e aquilo que é inferenciado pelo seu interlocutor levando em consideração o seu *ethos prévio* que pode tanto ser institucional (exterior), quanto interno ao discurso.

UM ESTUDO DISCURSIVO DAS EMOÇÕES

Como vimos, a construção de uma imagem de si, o *ethos*, responde à necessidade de um sujeito falante de se fazer reconhecido, legitimado a proferir um discurso. Mas, além de criar essa imagem de si, ele precisa orientar o seu discurso para o parceiro de troca, procurando mobilizar sua afetividade a fim de gerar nele o interesse pelo que se diz. Eis aí o *pathos*.

Patrick Charaudeau, em seu artigo “A Patemização na Televisão como Estratégia de Autenticidade” (2010), propõe que o *pathos* seja analisado em uma perspectiva discursiva, ou seja, em uma determinada situação de comunicação em que os efeitos patêmicos do discurso estejam ancorados em três princípios interdependentes, a saber: a intencionalidade, a ligação a sistemas de valores/crenças e à problemática da representação.

As emoções são de ordem intencional à medida que o sujeito se direciona racional e subjetivamente a um outro sujeito, sendo, portanto, de base cognitiva. Elas compreendem, assim, uma “visada acional” marcada pela intenção do sujeito de alcançar um objetivo desencadeado por um desejo. Essa “visada acional” e o desejo vêm, a saber, de um conjunto de crenças fundadas em uma rede de valores sócio-histórico-culturais que possibilita a avaliação/interpretação dos sujeitos. Segundo o autor:

Qualquer indivíduo pode perceber um leão, reconhecer a morfologia, conhecer os hábitos, ter conhecimentos zoológicos profundos sobre esse animal, enquanto ele não avaliar o perigo que este pode representar para ele, na situação em que ele se encontra, ele não vivenciará nenhuma emoção de medo. (p. 28)

Desse modo, o desencadeamento das emoções resulta de processos inferenciais, ou seja, da interpretação situacional e das crenças partilhadas.

Por último, as emoções se inscrevem em uma problemática da representação no sentido de que elas se estruturam numa materialidade simbólica/semiológica, que manifesta um conjunto de enunciados que circulam na comunidade criando uma rede de intertextos.

As representações sóciodiscursivas são como mini-narrativas que descrevem seres e cenas de vida, fragmentos narrados (Barthes [1970] dizia “parcelas de discursos”) do mundo que revelam sempre o ponto de vista de um sujeito. Esses enunciados que circulam na comunidade social criando uma vasta rede de intertextos se reagrupam constituindo aquilo que chamo de um “imaginário sóciodiscursivo”. Eles são o sintoma desses universos de crenças compartilhadas que contribuem para construir ao mesmo tempo um *e/e* social e um *eu* individual (por exemplo, o imaginário da falta, do pecado, do poder). (Charaudeau, 2010, p.32).

Logo, a produção de efeitos patêmicos visados depende das inferências que os parceiros do ato de comunicação podem fazer, e estas, conseqüentemente, dependem do conhecimento que os parceiros têm da situação de enunciação.

Todavia, sem descartar a importância da enunciação para a produção de sentido dos efeitos patêmicos, Charaudeau nos mostra que é também possível perceber a emoção no enunciado pelo uso de palavras que nos remetem ao universo emocional, bem como por enunciados em que essas palavras não são utilizadas. Dessa forma, esses efeitos podem ser obtidos tanto por um discurso explícito e direto, na medida em que as palavras dão esse direcionamento patêmico, quanto de forma implícita e indireta.

Segundo o autor, há ainda outras formas de se buscar esses efeitos no discurso como, por exemplo, pela descrição ou manifestação do estado emocional no qual o locutor se encontra, pela descrição do estado emocional no qual o outro deveria estar, ou ainda, pela narrativa de uma cena suscetível de produzir a emoção.

A partir dessa breve exposição, podemos concluir, portanto, que assim como a construção do *ethos*, de uma imagem de si no discurso, faz parte da racionalidade e intencionalidade de um sujeito, do mesmo modo o *pathos* se constitui racional e subjetivamente, como uma tentativa do locutor de gerar efeitos emocionais em seu interlocutor.

ANÁLISE DO DISCURSO RELIGIOSO

Através da emoção e da construção de uma imagem de si, o discurso religioso, mediado pelo papel do líder religioso, pode muitas vezes levar o ouvinte a compartilhar posições e adotar comportamentos. Seus discursos, marcados pela intenção do locutor de levar o outro a “fazer-creer”, são repletos de estratégias discursivas e argumentativas que utilizam o *ethos* e o *pathos* como fundamentos. A seguir, buscaremos analisar o uso dessas estratégias na transcrição do testemunho pessoal da pastora Ana Paula Valadão Bessa transmitido pelo canal televisivo Rede Super de Televisão.

Para a análise que se segue, tomaremos como quadro teórico-metodológico a teoria semiolinguística proposta por Patrick Charaudeau, a qual contempla o discurso como um “jogo comunicativo” entre dois parceiros que constroem

sentidos a partir de um processo interacional em um tempo e espaço determinados.

Esse “jogo comunicativo” é definido por um contrato de comunicação que constitui um quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos quando iniciam uma troca. Ele estabelece restrições de espaço, tempo, de relações e de palavras aos sujeitos como modo de regulação das práticas sociais que deve ser levado em conta no ato comunicativo.

O contrato de comunicação resulta da articulação entre dois circuitos interativos, um situacional (dados externos) e um “linguageiro” (dados internos). No circuito externo se encontram os parceiros empíricos, seres psicossociais: o EU – comunicante, instância de produção do ato e o TU – interpretante, instância de recepção. No circuito interno, esses sujeitos tornam-se seres de fala, propriamente discursivos: o EU – enunciador e o Tu – destinatário.

Relacionando o contrato de comunicação ao discurso em análise, temos no circuito externo, o sujeito comunicante, empírico, Ana Paula V. Bessa, que se dirige aos telespectadores de seu programa televisivo como sujeitos interpretantes. Em seu discurso, no circuito interno, ela especifica o seu público-destinatário, as mulheres que não podem ter ou que não têm filhos e assim se coloca na posição de enunciativa, no papel de representante da palavra de Deus.

Mediada por este contrato, a instância de produção se coloca na dupla função de transmitir um saber e de captar o seu público-alvo. Para conquistar a credibilidade desse público sobre o saber que transmite, o enunciador precisa

utilizar estratégias discursivas que dê legitimidade ao seu dizer (mostrar domínio temático, usar mecanismos de visualização dos fatos narrados, descrições, etc.) E, para captar a atenção de seu público, deve procurar mobilizar sua afetividade. Encontramos aqui, portanto, o papel do *ethos* e do *pathos*.

Vejamos a partir da transcrição que se segue, a construção do *ethos* que a pastora faz de si, de Deus e de seus interlocutores, como também os efeitos patêmicos visados por ela através de seu discurso.

É um prazer tão grande chegar até você para mais um programa Diante do Trono. E hoje, de uma maneira muito especial, estamos entrando num novo mês, e num mês em que nós comemoramos o dia das mães. Pra mim, então, com essa barriga de quase nove meses de gestação, é um tempo muito lindo em que o meu coração se alegra na presença do nosso Deus, que é o autor da vida, que é o único que pode dar vida, que é o único que pode fazer com que eu, com que você, mulher, experimentemos este milagre que é gerar outra vida, gerar uma pessoa que Deus planejou, que Deus criou dentro de cada uma de nós com um grande propósito.

Nesse trecho, a enunciadora inicia seu discurso anunciando o motivo/tema de seu programa: o dia das mães. Expressões que nos remetem a um universo emocional como “é um prazer tão grande”, “de uma maneira muito especial”, “é um tempo muito lindo em que meu coração se alegra” são utilizados com o objetivo de encenar uma emoção.

H. Lausberg, citado por Christian Plantin em seu artigo *As Razões das Emoções* (2010), nos diz que essa é uma estratégia usada para suscitar a emoção do público. Para este autor, o orador deve se colocar no estado emocional que ele deseja transmitir, deve se colocar em estado de empatia com o seu público, ou seja, mostrar-se emocionado para estimular a emoção.

Desse modo, mostrando-se feliz pela temática de seu programa, a enunciativa se posiciona como alguém que pode se emocionar, ou seja, que pode se alegrar e demonstrar essa alegria por estar no papel de mãe. Assim, ela legitima o seu discurso como alguém que experimenta o motivo que a leva a se colocar diante de seu público, construindo o seu *ethos* de mãe, de mulher religiosa que vivencia o “milagre” de gerar uma vida.

Ela encena a gratidão a Deus por vivenciar esse “milagre” e, dessa forma, se coloca como uma mulher que tem uma posição de proximidade com o divino (“... *na presença do nosso Deus...*”), ser este que, para a enunciativa, tem o poder de fazer com que as mulheres gerem vidas, assim como ela gerou, vidas com propósitos planejados por Deus. O *ethos* que a enunciativa produz de Deus aqui é o de um ser onipotente, gerador de vida e criador de propósitos.

Por meio do pronome destacado em “... *na presença do nosso Deus*”, vemos que a enunciativa inclui o outro em seu dizer com o objetivo de criar empatia com o seu público, identificando-se com aqueles que são adeptos à sua religião e criando certa aproximação com aqueles que não comungam a mesma doxa, as mesmas ideias. O mesmo ocorre em “... que é o único que pode fazer *com que eu, com que você, mulher*, experimentemos este milagre...”, há aqui uma relação de igualdade entre a enunciativa e seu público-alvo, a mulher, marcada pelo uso dos dêiticos.

Considerando o seu lugar de enunciação como pastora e, portanto, mediadora entre Deus e os homens, percebemos que a construção de seu *ethos* e o uso das estratégias desencadeadoras de emoção no discurso aponta para uma

posição de sujeito que ultrapassa sua função de mero transmissor/intérprete da palavra de Deus, se constituindo pelo dizer “Eu experienciei o milagre e você (mulher) também pode experimentar.”.

É realmente um programa especial em que nós queremos honrar todas nós mulheres que somos mães, agradecer a Deus pela vida das nossas mães, nos lembrar desse papel tão importante na vida da mulher que é ser geradora de vida, e não apenas geradora, mas aquela mãe que muitas vezes gera com o coração, mães adotivas, mães espirituais, que vão educar, que vão trazer carinho, que vão trazer cuidado, que vão trazer tudo aquilo que é necessário para que o ser humano cresça conhecendo a Deus, principalmente, amando o Senhor, entendendo que foi criado com um propósito.

Nesse segundo trecho, a enunciadora reforça o seu *ethos* de mulher grata, colocando-se também como alguém que honra as mães e seu papel social. Ela usa novamente a estratégia de inclusão, inserindo neste papel de mãe as mulheres que não são mães biológicas, como as adotivas e as “mães espirituais”, ou seja, aquelas que em suas práticas religiosas buscam ensinar as doutrinas bíblicas aos recém-convertidos à religião como uma mãe que educa seus filhos.

Ela constrói assim, por meio de crenças partilhadas pelos participantes do discurso, o estereótipo da boa mãe, como sujeito que tem a função de educar, cuidar, dar carinho e ensinar o necessário para se conhecer e amar a Deus, incluindo-se nesse estereótipo por estar no papel de mãe.

Vemos de novo o uso de expressões emotivas como “É realmente um programa especial”, como forma de ressaltar, de reafirmar e até intensificar o “mostrar-se emocionado”. Destacando, dessa forma, a emoção vivida pela

enunciadora em seu discurso por estar grávida, como se vê também abaixo em “Que programa delicioso de se fazer assim...”.

Que programa delicioso de se fazer assim: nesse momento em que estou grávida do meu segundo filho e posso ministrar a benção do Senhor para tantas mulheres que estão me assistindo agora e que querem também ter essa benção.

A enunciadora retoma o objetivo inicial de seu programa que é homenagear as mães, e se coloca na função de intermediadora da benção de Deus ao seu público-alvo que são as mulheres que não têm filhos. Ela se posiciona como uma mulher legitimada a essa função, por ter recebido essa benção duas vezes, por ter vivenciado o “milagre” divino de gerar vidas.

Ela convoca o seu público-alvo para receber essa benção, mostrando que a distância criada pelo meio de comunicação televisiva não o impede de receber a benção dita.

Outra forma de se buscar os efeitos patêmicos no discurso se dá pela narrativa de uma cena suscetível de produzir a emoção, como vemos a seguir.

Nesta hora, eu quero compartilhar com você algo muito especial dentro desse tema de dia das mães. Alguns anos atrás, eu passava um dilema tão grande: depois que eu me casei, logo queria engravidar e não sabia que tinha um problema de infertilidade, eu não ovulava. E durante três anos foram muitas lágrimas que eu derramei diante de Deus, orando e pedindo ao Senhor que me desse filhos. Eu me lembro que o Senhor falou tão claro ao meu coração: me daria um menino chamado Isaque, foi tão tão forte que eu fiz o enxoval, comprei tudo para um menininho, estava tudo pronto, mas não sabia que ia demorar até três anos para que aquela promessa do Senhor se cumprisse.

A enunciativa narra uma situação pessoal de sua vida privada, descrevendo um momento de sofrimento causado por um problema físico que a impossibilitava de engravidar.

Charaudeau (2010) nos aponta que o surgimento do privado no espaço público, na televisão, tem a função de humanização e personalização do enunciativo. Por meio da narrativa de sua vida privada, o interlocutor se vê em um processo de identificação e de compaixão-ação. É dizer, vejo no outro o que há em mim mesmo.

Em sua narrativa, a enunciativa se posiciona como uma mulher que exercita muito a prática religiosa da oração e que, como recompensa, recebeu a promessa divina de que teria um filho. Assim, pela construção de um *ethos* de mulher religiosa, que não desiste de seus sonhos, a orientação argumentativa de seu discurso direciona o público-alvo a um “fazer-creer” que pode ser traduzido pela frase “Se você orar como eu orei a Deus, poderá também ter filhos.”.

Vemos também que a imagem que a ela faz de Deus aqui não é a de um ser distante, mas sim de um ser que ouve e fala àqueles que oram, que promete e cumpre suas promessas, direcionando assim o seu público a um “fazer-sentir” esperança.

Christian Plantin (2010), citando H. Lausberg, salienta que há ainda outro modo de se buscar os efeitos patêmicos no discurso: o uso de cenas e imagens emocionantes.

A enunciadora utiliza essa estratégia em seu discurso apresentando um vídeo de uma gravação de um CD no qual mostra o momento em que vivenciava a espera do filho, a espera do cumprimento da promessa que disse ter recebido. É uma tentativa de provar que aquilo que diz é verdade, um mecanismo usado para comprovar a veracidade do seu dizer.

No trecho a seguir, ela utiliza também expressões que descrevem seu estado emocional, como em “expor a minha dor”, “dizer sobre minha dor”, “chorar com todos”, como forma de estimular o seu público a um “fazer-sentir” compaixão.

E eu compartilho com você agora o momento em que publicamente eu disse isso, eu pude expor a minha dor, na gravação lá em Salvador, na Bahia, em que o Diante do Trono cantou Esperança. Eu pude dizer sobre a minha dor, pude chorar junto com todos que estavam ali o anseio pelo cumprimento das promessas do Senhor e especificamente esta promessa do Senhor, e o mais lindo é perceber a fidelidade de Deus.

No ano seguinte, na outra gravação, lá estava eu grávida do Isaque. Eu sei que muitas pessoas oraram por mim, eu sei que foi a fidelidade, a bondade de Deus acima de tudo. Abra o seu coração então e confira junto comigo essa mensagem compartilhada naquele dia e a canção Esperança que nasceu debaixo desse desejo tão grande de ser mãe e que hoje eu posso comemorar pela segunda vez.

Desse modo, ela constrói o seu *ethos* de uma mulher que vivencia a fidelidade de Deus, que recebeu o cumprimento de uma promessa divina ao ter um filho. Mas, além disso, ela se coloca no lugar de um sujeito grato ao outro, àqueles que por ela oraram.

Há assim a convocação à mulher, seu público-alvo, a abrir o coração, a aceitar a mensagem que será transmitida pelo vídeo.

O INTERTEXTO – Análise de Vídeo

O discurso apresentado pelo vídeo nos remete a uma cena enunciativa diferente a do programa televisivo. Aqui a enunciativa Ana Paula V. Bessa se dirige a um público também diversificado, mas numa situação em que apresenta um espetáculo musical, um show.

Antes de iniciar a canção título de seu CD, denominada Esperança, ela profere suas palavras com o intuito de levar o seu público a um “fazer-criar” e um “fazer-sentir” mediante uma relação metafórica que relaciona comparativamente a vida humana a uma árvore que passa por várias estações durante sua existência. Vejamos.

Às vezes a gente olha pra nossa vida e parece que nós somos como árvores. Passamos por estações, todos nós, estações em que as folhas estão tão verdes, os frutos estão tão bonitos, as flores...

Quando chega o inverno, a gente olha pra árvore e dá uma tristeza. Parece que acabou, parece que morreu. Onde está a beleza da árvore? Onde está a sua vida? Será que ainda há esperança pra essa árvore seca?

Nesse trecho, a enunciativa compara a primavera aos momentos de felicidade do ser humano. Ela utiliza expressões que amplificam o teor emocional ao descrever aspectos naturais desse período como “as folhas estão tão verdes”, “os frutos estão tão bonitos”, “as flores...”. O mesmo ocorre quando, em seguida, descreve o inverno questionando o fim dessa beleza, comparando-o a momentos de infelicidade, como vemos em: “Parece que acabou, parece que morreu. Onde está a beleza da árvore? Onde está a sua vida?” Há aqui a encenação de uma emoção, de um sentimento de tristeza e angústia, como algo experimentado por todas as pessoas: “... a gente olha pra árvore e dá uma

tristeza.”. Uma forma de tentar se aproximar do público por meio de um sentimento comum, como também de mostrar-se emocionado para emocioná-lo.

A esperança da próxima estação, a esperança da primavera... A primavera vai chegar com suas folhas, com suas cores, com seus frutos, com sua beleza porque a vida permanece no interior da árvore, e não importa a estação, não importa a seca... Há esperança... Há esperança...

No enunciado acima, ela utiliza novamente a descrição da primavera para caracterizar, metaforicamente, a alegria: “A primavera vai chegar com suas folhas, com suas cores, com seus frutos, com sua beleza...”, visando o efeito patêmico da esperança.

A enunciadora se posiciona em seu discurso como alguém que vivencia ou vivenciou esses momentos de infelicidade, mas que tem a certeza de que são temporários. O seu *ethos* é de uma mulher comum, que vive situações de infelicidade como todas as pessoas, mas também de uma mulher que religiosa, que tem proximidade de Deus e fé.

Em sua perspectiva, o seu público compartilha o mesmo *ethos* de sujeitos que sofrem, que receberam, assim como ela, promessas divinas, mas que ainda não se cumpriram.

Já o *ethos* de Deus é projetado como um sujeito que cumpre suas promessas, gera vidas, faz milagres e que concede os desejos daqueles que têm fé e, desse modo, orienta o seu público a um “fazer-creer” e um “fazer-sentir” esperança, como se vê nos enunciados selecionados e destacados abaixo:

(...) Há esperança porque cada promessa que Deus proferiu a seu respeito e que no momento você procura e não encontra, você olha e não vê, creia, a vida está no interior, a vida está dentro de você e todas as promessas de Deus, elas se cumprirão no seu tempo, no tempo determinado.

(...) Creia na primavera, creia que essa primavera vai chegar.

(...) Espera no Senhor, agrada-te no Senhor e Ele concederá os desejos do seu coração.

(...) a palavra de vida já foi liberada, está dentro de você e ela florescerá.

(...) Ah... mas a palavra de vida, ela está dentro de nós. O Senhor é aquele que abre a madre, faz da estéril, mãe de filhos, faz que o solitário habite em família.

Vale ressaltar que a própria palavra “esperança” aparece várias vezes em seu discurso, desencadeando emoções como o sentimento de conforto mediado pela certeza que transmite pelo seu dizer.

Outra estratégia desencadeadora de emoção utilizada em seu discurso é a descrição de situações emotivas vividas por seu público, como a espera de um casamento e o sonho de ser pai ou mãe.

Além de descrever possíveis situações, ela também classifica o seu público: o jovem, aquele que já não é tão jovem, os solteiros, os casados etc; gerando, assim, em seu interlocutor a ilusão de estar incluído, de fazer parte de um grupo de pessoas que sofrem e que devem sentir esperança.

Em seu discurso, encontramos o uso de palavras que descrevem o seu estado emocional, como em: “Ah! O inverno é triste... é difícil” e “Ah, como é difícil esperar (...)”. Como também palavras que descrevem o estado emocional que seu interlocutor deve estar, como vemos no enunciado abaixo:

E você olha: Pai, tá tão seco, eu acho que não vou conseguir... Senhor? Onde estás? Onde estão as tuas promessas? Senhor, eu não tenho pra onde ir senão para o teu colo, meu Pai. Esperar em Ti, esperar em Ti, esperar em Ti, esperar em Ti, esperar em Ti Senhor, esperar em Ti...

Aqui, ela encena a voz de seu interlocutor, como se o mesmo estivesse vivendo em uma situação de angústia e dor, mas também de fé, esperança e proximidade de Deus. Por fim, sua entonação de voz, seus gestos e suas lágrimas encena e dramatiza toda a mensagem apresentada na gravação do vídeo.

CONCLUSÃO:

Pela articulação das duas partes do programa televisivo apresentados e analisados aqui, percebemos o jogo de estratégias que o discurso religioso, mediado por um veículo de comunicação midiático, utiliza para captar a atenção e interesse de seus telespectadores. Para alcançar esses objetivos, o *ethos* e o *pathos* exercem, portanto, um papel de suma importância na construção argumentativa, já que direciona o interlocutor a crer e a sentir o que se propõe pelo discurso numa dada situação de enunciação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. O Ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. P. 119 – 136.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. 16ª ed. São Paulo: Ática, 2005.

DASCAL, Marcelo. O Ethos na argumentação: uma abordagem pragma-retórica. In: AMOSSY, Ruth. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. P. 57 a 68.

KOCH, I. G. V. *Argumentação e Linguagem*. 7ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

_____ *A inter-ação pela Linguagem*. 8ª ed. São Paulo: Contexto, 2003.

MENDES, Paulo H.A. Linguagem e Emoção: *ethos, logos e pathos* em “Antiperipléia”. In: Duarte, L.P. *Revista Scripta*. Belo Horizonte: PUC Minas, n. 17, 2º semestre de 2005, p. 302 – 314.

CHARAUDEAU, Patrick. A Patemização na Televisão como Estratégia de Autenticidade. In: MENDES, Emília & MACHADO, Ida Lúcia. (Org.) *As Emoções no Discurso*. Campinas: Mercado das Letras, v.2, cap. 1, p. 23 – 56. Origem em francês.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu Funcionamento: as formas do discurso*. 2ª ed. São Paulo: Pontes, 1987.

_____ *Palavra, Fé e Poder*. São Paulo: Pontes, 1987.

PLANTIN, Christian. As razões da Emoção. In: MENDES, Emília & MACHADO, Ida Lúcia. (Org.) *As Emoções no Discurso*. Campinas: Mercado das Letras, v.2, cap. 2, p. 57 – 80. Origem em francês.

Vídeo disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=54NEn3fp0QQ>. Acesso em: 31 de outubro de 2011.