

## A IMAGEM DA FÉ: A ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO RADIOFÔNICO DO PADRE

MARCELO ROSSI

*Regiane Aparecida da Cruz*<sup>1</sup>

*Maria Flávia de Figueiredo Pereira Bollela*<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mestranda em Linguística, UNIFRAN – Franca – regianecruzf@hotmail.com

<sup>2</sup>Professor-orientador, UNIFRAN – Franca – bollela@yahoo.com

### RESUMO

Este trabalho visa analisar o discurso do Padre Marcelo Rossi. Seleccionamos como *corpus* um trecho do programa de rádio “Momento de fé” durante o bloco “A Viagem”. Embasados na perspectiva teórica da Retórica e da Argumentação (PERELMAN e OLBRECHT-TYTECA, 2005; AMOSSY, 2005) priorizamos a análise da constituição do *Ethos*, que é o caráter que o orador toma para si buscando influenciar o auditório. Partimos do princípio que o sujeito cria para si a imagem de alguém benevolente promovendo assim a adesão do auditório.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Ethos*; Persuasão; Retórica; Argumentação; Discurso religioso.

### INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a igreja católica perdeu sua supremacia dentre as religiões brasileiras. Para fazer face ao avanço assustador das igrejas evangélicas nas conquistas de potenciais seguidores, a mídia é, sem dúvida, uma forte aliada. É nesse cenário que Padre Marcelo Rossi se torna uma figura importante como resposta institucional da igreja católica.

Visando analisar o discurso de Padre Marcelo durante suas pregações, selecionou-se um bloco de seu programa de Rádio “*Momento de Fé*” intitulado “*A viagem*”. O programa selecionado foi ao ar no dia 4 de setembro de 2006.

Nossa problemática é buscar elementos que demonstrem de que forma é construída a imagem que sustenta a credibilidade no discurso do Padre Marcelo Rossi. Quais elementos presentes no seu discurso atribuem-lhe autoridade para que fale “da forma” que fala e “de onde” fala.

Partimos da hipótese de que o orador coloca-se em um nível superior ao do auditório e que ele tem consciência de ocupar um lugar privilegiado dentro do discurso.

### OBJETIVOS

O objetivo dessa pesquisa é, pois, verificar a imagem que o orador, Padre Marcelo, constrói de si ao enunciar e o caráter que ele instaura durante sua pregação, com vistas a persuadir seus fiéis.

## METODOLOGIA

A partir do *corpus* selecionado, pautaremos nossas análises nas teorias retórico-argumentativas contemporâneas – Perelman & Olbrecht-Tyteca (2005) e Amossy, (2005) – para ressaltar a importância das nuances constitutivas do *Ethos na* construção dos efeitos de sentido utilizados no processo discursivo persuasivo da pregação religiosa.

## RESULTADOS

Segundo Aristóteles (1998, p. 49), “persuade-se pelo caráter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé”; persuade-se pelo modo como se dispõem os ouvintes, quando eles “... são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio”. E pelo discurso, “... quando mostramos a verdade ou o que parece verdade, a partir do que é persuasivo em cada caso particular”.

Verificamos então que existem três meios de persuadir através do discurso: o caráter moral do orador, que é o *ethos*, o modo como se dispõe o ouvinte, que é o *pathos*, e o discurso, que é o *logos*. Entretanto nessa pesquisa enfocaremos apenas do *ethos*, que trata do caráter do orador.

Roland Barthes destaca a importância do *ethos* no processo persuasivo:

São os traços do *ethos* que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar uma boa impressão. O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: “eu sou isso, eu não sou aquilo”. (BARTHES, 1966, p.212- *apud* AMOSSY, 2005).

Podemos perceber que os traços do *ethos* têm relação direta com a imagem que o orador quer construir diante do auditório, ou seja, a “boa impressão” dependerá das informações que o primeiro fornece ao segundo. No discurso do Padre Marcelo há notadamente uma preocupação em construir uma imagem crédula diante do ouvinte:

Espírito Santo ilumine essa pessoa para que ela possa ver quantas coisas boas o Senhor derramou... Há uma pessoa que está reclamando! Não é hora agora! Jesus manda um recado a você “*obedeça ao meu amigo!*” Ele não me chama servo, obrigado Jesus! Te amo! Que bom saber que sou seu amigo senhor (ROSSI)

O Padre se coloca em uma posição superior ao do auditório: “*Jesus manda um recado para você*”, ele é um mediador da palavra de Jesus, ou seja, consegue ouvir o que outro não ouve, e por vezes, enxergar o que o outro não vê “*Há uma pessoa que está reclamando agora*”, subentendesse que ele

se faz, neste momento, onipresente, assim como o próprio Deus. O padre também quer deixar claro sua proximidade com a entidade divina: “*Obedeça ao meu amigo*”, logo, ele tem autoridade para proferir a palavra divina, ter “contato direto” com Deus, pois é amigo de Jesus e não um servo qualquer, como faz questão de dizer: “*Ele não me chama de servo*”. Fica claro que o enunciador confere a si mesmo, e ao seu ouvinte, o seu *status* superior para legitimar o seu dizer.

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) relacionam o *ethos* diretamente com a confiança que o auditório deposita no orador:

Se se trata não de fatos, mas de opiniões, e, sobretudo de apreciações, não somente a pessoa do orador, mas também a função que ele exerce, o papel que ele assume, influenciam de modo incontestável a maneira pela qual o auditório acolherá suas palavras.

Ao mesmo tempo em que o orador se posiciona de forma superior, ele também procura se igualar ao auditório, mostrando que também tem problemas: “Agora sim eu convido você a louvar e a louvar as coisas difíceis que estamos passando, que eu me coloco junto em família, no trabalho, na saúde” (ROSSI). Nesse trecho, ele proporciona proximidade com o ouvinte, mas da posição de alguém que consegue superar as dificuldades, pois vivencia a prática de seus argumentos, baseados na fé, que consiste na resignação e em louvar o senhor.

O *ethos* exerce papel essencial na constituição da credibilidade de um discurso, pois é a partir dele que o orador conquista autoridade para falar o que fala.

Padre Marcelo parece ter consciência de que ocupa um lugar privilegiado uma vez que tem a oportunidade de, através do meio de comunicação, atingir um grande número de ouvintes que buscam sua palavra. Quando enuncia, parece sentir-se no direito de usar o imperativo para orientar o outro e assim o faz. A imagem que ele tem do interlocutor é a de alguém que está precisando de ajuda, por isso liga o rádio para ouvi-lo. Isso pode ser verificado quando ele chama o ouvinte para fazer “a experiência”. O orador também sabe que seu discurso é uma pregação que visa fortalecer, e por vezes, até consolar, seu auditório, e que este irá se identificar com algumas situações apresentadas. Dessa forma, se o ouvinte se guiar pelo discurso proferido, terá um encontro com um Deus misericordioso, que estará de braços abertos para aliviar-lhe o sofrimento.

A maior graça que eu descobri na nossa vida. Feche os olhos! E é esse Deus misericordioso. E é esse Deus misericordioso, Jesus! Que eu convido você a imaginar, de braços abertos. Vamos até ele! Lúcia! Vá até ele, Rita! Eu também vou! E permita-se abraçá-lo. Ele nos vê crianças. Nesse momento você é uma criança e, por favor, faça a experiência! (ROSSI)

Quando enuncia, Padre Marcelo, sabe da imagem que seu ouvinte tem em relação ao lugar que ele, como enunciador ocupa: de um padre católico carismático, escolhido e iluminado pelo Senhor e que busca ajudar as pessoas. Um exemplo disso é quando ele diz: “Eu convido você a fazer a experiência

comigo”, ou ainda, “Que bom saber que sou seu amigo”. Também é ciente da imagem que seu ouvinte tem de si mesmo: o de alguém que necessita de ajuda para superar os problemas cotidianos: “Agora sim, eu convido você a louvar... e a louvar as coisas difíceis que estamos passando...” e que pensa que o discurso proferido vem ao encontro as suas necessidades.

## CONCLUSÃO

Nossa proposta foi analisar o discurso do Padre Marcelo Rossi e perceber como sua imagem é construída no discurso para agregar credibilidade a sua fala.

Os pressupostos teóricos levantados reforçaram nossa hipótese inicial, de que o *ethos* se caracteriza como um meio de persuasão extremamente importante. O orador se posiciona de forma superior ao ouvinte, pois se sente autorizado a orientar o outro, numa relação de superioridade, uma vez que ele é “amigo de Jesus”, “portador da voz divina” que consegue ver e escutar aquilo que só os “escolhidos” conseguem. Mesmo se colocando como um sofredor, assim como o ouvinte, seu *status* faz com que ele supere a dor, e louve o sofrimento, servindo de exemplo para o auditório.

No discurso analisado há marcas que evidenciam a consciência do orador em relação à construção de seu enunciado e da forma com que este irá repercutir no seu auditório.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Trad. de Manuel A. Júnior, Paulo F. Alberto, Abel do N. Pena. Coimbra: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1998.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ROSSI, Padre Marcelo. *Programa Momento de Fé*. Radio Difusora de Franca. Franca. 2006.