

ASPECTOS RETÓRICO-TEXTUAIS DO GÊNERO DISCURSIVO ORAL SERMÃO TELEVISIONADO PROFERIDO EM UMA DENOMINAÇÃO CRISTÃ

Max Silva da ROCHA¹

RESUMO: Esse artigo tem como objetivo realizar uma análise retórico-textual do gênero discursivo oral sermão televisionado, proferido por um informante de uma denominação religiosa cristã. Procura-se desvelar as técnicas argumentativas que utilizadas pelo orador. Esse trabalho ampara-se em Abreu (2004), Koch (2014), Marcuschi (2003, 2005, 2008), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Reboul (2004), Santos, Dikson e Morais (2014), Santos (2013), entre outros. As análises evidenciaram que os momentos retóricos se fizeram presentes e tiveram a intenção de persuadir o auditório.

PALAVRA-CHAVE: Discurso; Persuasão; Retórica.

1. Introdução

O gênero Sermão (prédica ou pregação) é um discurso opinativo e religioso, que tem como objetivo convencer a audiência a respeito de uma determinada conduta ou moral, por meio da contundência retórica das ideias, do discurso de autoridade sustentado em uma obra ou em dogmas religiosos e da eloquência do religioso que o profere. Diante

¹Graduando do Curso de Letras – Inglês pela Universidade Estadual de Alagoas – UNEAL, Campus III em Palmeira dos Índios – AL. Integrante do Grupo (CNPq) Linguagem e Retórica, liderado pela Profa. Dra. Maria Francisca Oliveira Santos. E-mail: msrletras@gmail.com

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP) São José do Rio Preto, SP – Brasil, 2017.

disso, o sermão, nato da oratória, formaliza-se como um discurso dirigido a um auditório sobre um determinado tema, previamente elaborado, visando a persuasão dos ouvintes.

Os gêneros retóricos, consoante Aristóteles (2005), estão classificados em judiciário, deliberativo e epidítico. No que diz respeito a classificação do gênero sermão, é oportuno ressaltar que está inserido no gênero epidítico, pois visa censurar, aconselhar. Nesse sentido, esse trabalho tem como objetivo central realizar uma análise retórica do gênero discursivo sermão televisionado, na modalidade de língua oral, procurando identificar os elementos retórico-textuais que foram utilizados pelo orador para proferir seus argumentos.

Esse estudo parte do pressuposto de que a retórica é a arte de persuadir pelo discurso. Por isso, embasamos esse trabalho nos pressupostos teóricos de Reboul (2004), Abreu (2004), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005); no que diz respeito aos estudos conversacionais, nos amparamos em Marcuschi (2003), Santos, Dikson e Morais (2014) e nos estudos textuais de Koch (2014), Marcuschi (2008), Santos (2013), além de outros teóricos. O foco de nossa análise é o domínio religioso, mais precisamente, sermões televisionados, por meio dos quais, o retor profere discursos com o objetivo de conseguir a adesão do seu auditório.

Esse trabalho está dividido em sete momentos. No primeiro, tecemos algumas palavras acerca da retórica, procurando situá-la na linha tempo, bem como ratificar sua conceituação como a arte de persuadir pelo discurso. No segundo, discorremos acerca do auditório tanto particular quanto universal, procurando evidenciar a importância deste desde a retórica antiga até a nova retórica. No terceiro, discutimos sobre o acordo existente entre o orador e seu auditório. A persuasão acontece se este acordo se efetivar, caso contrário, os argumentos não terão êxito. Assim, frisamos a importância de um acordo prévio entre ambas as partes (orador e auditório). No quarto momento, arrazoamos acerca da

tríade aristotélica (ethos, pathos e logos), entendendo-os como interdependentes e não separados como eram vistos em períodos anteriores, além de tê-los como partes essenciais nos gêneros retóricos. No quinto, procuramos lançar olhares sobre o gênero sermão, enquanto evento comunicativo proferido no domínio religioso, além de classificá-lo como um gênero da oralidade. No sexto, abordamos os aspectos metodológicos que serviram de base investigativa e analítica para essa pesquisa. No sétimo, têm-se a análise e os resultados. Por fim, as nossas considerações que desvelam outros questionamentos para realização de pesquisas futuras.

2. Retórica: procurando uma definição

Dar uma definição unívoca do que é retórica não é uma tarefa fácil, visto que há várias significações a esse respeito. No entanto, a retórica sempre esteve, de maneira expressiva ou menos expressiva, em todas as áreas que envolvem o ser humano. Para Reboul (2004), a retórica é a arte de persuadir pelo discurso. Na antiguidade clássica, a retórica era considerada pelos gregos como uma teoria da argumentação, da persuasão por meio dos discursos. É por meio da argumentação que o nosso discurso se acopla ao do outro, com o intuito de obter o fim desejado.

No entanto, a retórica passou por momentos de apagamento, de esquecimento. Muitos filósofos e pensadores não mais se interessaram pela arte retórica. Isso aconteceu por causa dos filósofos, pois estes observavam apenas como se dava a hegemonia dos sofistas (mestres do bem falar), visto ser, para a sociedade vigente, ensinamentos que, na visão dos sofistas, proporcionavam bons cidadãos.

É importante acrescentar que Platão fez duras críticas aos sofistas, pois eles, segundo Platão, não levavam em consideração a veracidade ou falsidade dos discursos convencedores e /ou persuasivos. Conforme Platão, há uma verdade única, absoluta. A retórica não considera(va) isso. Para esta linha persuasiva, os discursos são relativos, podendo ser verdadeiros ou falsos, não havendo, portanto, um sentido único, dado, verdadeiro, mas é delegado ao outro (interactante) do discurso aceitar ou não o que lhe foi apresentado pelo orador. Por isso, a retórica centra suas forças em analisar como acontece a persuasão, não se preocupando, dessa maneira, se os argumentos são fatos verdadeiros ou falsos, mas tão somente como se dá essa adesão por parte do auditório, a partir dos argumentos proferidos.

A retórica pode ser utilizada para fins benéficos ou não. Como poderá ser percebido nesse estudo, há situações em que os argumentos tiveram o objetivo de utilizar passagens sagradas para que o auditório social fosse persuadido a realizar fins imorais, como por exemplo, doar os bens materiais para a denominação religiosa, fazendo prova de fé. Por isso, que a dura crítica de Platão à retórica não foi algo desastroso, mas teve uma grande relevância, pois ajudou e ajuda a desvelar a real face de oradores que se utilizam da arte persuasiva para “ludibriarem” seu auditório.

Vê-se, pois, que na concepção platônica, a retórica não tem tanto valor assim, haja vista a visão apenas de persuasão com fins maliciosos. No entanto, para que isso aconteça é necessário que o auditório aceite e se deixe persuadir pelo discurso do orador, independente do grau de

veracidade do discurso. Mesmo muitos filósofos criticando a retórica, é possível que é que todos eles em algum momento fizeram uso dela para conseguir persuadir alguém. Eis um aspecto contraditório e irônico. Como veremos no presente estudo, a retórica pode ser utilizada de maneira desonestapor parte do retor, ou seja, o líder manipula o auditório para que este realiza o propósito solicitado

Para Reboul (2004), a retórica, como qualquer outra área, pode ser pervertida e utilizada para fins maléficose, pois há nesse ínterim a relatividade. Por isso, pretendemos evidenciar que a retórica deve ser usada para o bem-estar do homem em suas relações sociais, visto que todo indivíduo em algum momento da vida precisa persuadir alguém. Por isso, a argumentação está presente em nossas vidas cotidianamente. É por meio do discurso que se dá o convencimento, a persuasão, posto que é na e pela linguagem que conseguimos conquistar o que almejamos ou o que seja necessário, por meio dos argumentos.

3. O auditório

O senso-comum entende o auditório como um espaço para realizações de eventos; um espaço climatizado com cadeiras devidamente confortáveis; e até mesmo com algum programa de televisão caracterizado como programa de auditório.

No entanto, dentro do campo retórico, o auditório não se restringe a sua caracterização pelo senso-comum. Na teoria retórica, o auditório é o público-alvo, ou seja, um grupo de indivíduos ou uma única pessoa que um orador pretende persuadir. Toda argumentação está voltada para o auditório. Por isso que a nova retórica o manteve.

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), apresentam três tipos de auditório: o auditório universal que é constituído por toda a humanidade, pessoas adultas e normais; o auditório particular que pode ser um grupo ou apenas uma única pessoa; e o último auditório chamado deliberação consigo mesmo, que é constituído pelo próprio sujeito, quando ele afigura as ações de seus respectivos atos.

É pertinente frisar que o auditório varia dependendo da visão que cada pessoa que compõe o pathos vai ter da argumentação. Um auditório universal pode ser formado por apenas uma pessoa. Basta o sujeito se deparar com a argumentação e escolher em qual ponto de vista ela vai aceitar. Por exemplo, se o sujeito for avô e professor ao mesmo tempo, ele irá assumir-se como universal ou particular. Falará como um avô, em caso particular ou como representante de um grupo de docentes, de um modo mais amplo e/ou universal.

A argumentação só será bem-sucedida se o orador conhecer previamente a natureza de seu auditório. É papel do orador se adaptar ao auditório e não o contrário. No tocante ao auditório universal, é pertinente destacar que a argumentação precisa convencer toda a humanidade ou pelo menos a maioria desta. Mesmo sabendo que é difícil dizer algo que agrade a todos, ainda, assim, é possível, por meio da argumentação, persuadir a maioria dos ouvintes.

Já o auditório particular, diz respeito a um conjunto limitado de pessoas, voltando-se a atenção para um grupo específico, em nosso caso, aos fiéis ouvintes de uma determinada instituição religiosa. O auditório particular, como também o universal, influenciam no discurso, pois os ouvintes analisam como se dá a estrutura e a qualidade da argumentação, além do comportamento do orador, como mostram Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005).

ASPECTOS RETÓRICO-TEXTUAIS DO GÊNERODISCURSIVO ORAL SERMÃO
TELEVISIONADO PROFERIDO EM UMA DENOMINAÇÃO CRISTÃ

Para melhor se entender o que é um auditório no campo retórico, vê-se os sermões individuais que um líder religioso ministra para um membro de uma determinada denominação religiosa. Às vezes, um fiel comete alguma indisciplina de caráter religioso e o líder prepara um sermão e vai até a residência do transgressor para lhe passar o sermão. Esse ato caracteriza-se como um auditório particular, porque a indisciplina do membro não pode ser exposta para todos, mas tão somente para ele e, muitas vezes, os seus familiares.

Os sermões que são ministrados a portas abertas nas denominações religiosas são direcionados para todos quantos estão ali presentes. É algo público e todos podem ouvir, configurando-se, dessa maneira, num auditório universal, por haver um número ilimitado de pessoas.

É válido fazer algumas considerações acerca do espaço religioso desta pesquisa, pois lá tem-se várias etapas, de maneira geral, as celebrações religiosas são fenômenos sociais muito complexos, isto é, se organizam em diversas etapas, das quais o sermão, por exemplo, é a principal parte da celebração de um culto cristão, pois é onde acontece a pregação do líder religioso. É pertinente acrescentar que no momento do sermão, apenas o líder religioso tem a palavra. Os ouvintes só poderão se pronunciar quando são convidados pelo orador.

Pode-se acrescentar que o auditório vai variar de acordo com os ouvintes ali presentes, podendo ser universal e particular ao mesmo tempo. Ele também pode ser particular, tomando como base as seguintes prerrogativas: são pessoas da mesma crença, denominação, do mesmo Estado, além de conviverem semanalmente no mesmo espaço. Há que se considerar ainda, segundo Abreu (2004), que os pontos de vista defendidos no auditório particular também precisam ter relevância no universal, pois prender-se apenas no particular poderá

oferecer possíveis inconvenientes, como por exemplo, admitir outras pessoas que não aquelas a que, naquele momento, a argumentação se dirige (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005).

A argumentação em direção a um auditório universal é mais fácil de ser conseguida, pois toma-se como ponto central um discurso aceitável pela maioria, algo que tenha uma adesão por parte dos interlocutores, além, é claro, de um acordo prévio entre orador e auditório.

4. O acordo entre orador e seu auditório

Para que a argumentação se efetive, é necessário que o auditório esteja atento ao discurso do orador. Também é preciso que o retor tenha em mente as possíveis inferências que os interlocutores possam fazer, além do que eles compreendem ou pensam acerca do discurso que lhes é apresentado.

Os oradores vão a todo momento fazer uso de discursos – textos orais dotados de significação -, e premissas que podem ou não serem aderidas pelo auditório. Será com base na crença dos ouvintes que o orador vai se utilizar das estratégias argumentativas para concretizar a persuasão.

Para que se efetive um acordo entre o orador e o auditório, é necessário, segundo Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), alguns elementos essenciais, tais como: fatos e verdades; presunções e valores; hierarquias e lugares.

Os fatos representam uma relativização de objetos; as verdades dizem respeito ao relacionamento complexo com sistemas; esses dois termos podem se intercalar, mas também podem se opor. Há, dessa maneira, uma complexidade em defini-los.

As presunções seriam o primeiro pensamento, o ponto inicial de uma argumentação, onde o orador seleciona o que vai ser dito naquele momento da proferição; os valores são a base da argumentação e eles podem ser classificados em dois tipos específicos: abstratos e concretos. Para exemplificar os valores abstratos temos a crença e a religião, pois são algo que concebemos em nosso interior e acopla nossos sentimentos, paixões; e dos concretos, a Igreja e Alagoas.

A hierarquia tem o sentido de superioridade onde algo é maior do que o outro, como por exemplo, um líder religioso tem a superioridade sobre os seus seguidores e/ou adeptos. Nas palavras de Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), o princípio da hierarquização está voltado para a quantidade maior ou menor do que alguma coisa. No entanto, a importância está ligada a estrutura da argumentação não exclusivamente nos valores.

Os lugares dizem respeito aos depósitos, estoques de argumentos, como pontuam Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p.94). Poder-se-ia afirmar que os lugares são a classificação dos tipos de argumentos. São lugares onde o orador tem um repertório de argumentos que são invocados quando necessários.

Para Abreu (2004), há pelo menos seis lugares, a saber: lugar de quantidade; de qualidade; lugar de ordem; lugar de essência; lugar de pessoa e do existente.

No que se refere aos lugares de quantidades são aqueles em que qualquer coisa vale mais que outra em função de razões quantitativas.

Por exemplo, ganha uma eleição aquele que tiver maior quantidade de votos.

Sobre os lugares de qualidades são aqueles em que se valoriza o que é único, raro. Por exemplo, a saúde, se não cuidar dela, provavelmente, o ser humano sofrerá sérios problemas que poderão levar até a morte. Por isso, tudo aquilo que é ameaçado ganha valor iminente.

Em relação aos lugares de ordem são aqueles em que há a superioridade do anterior sobre o posterior, das causas sobre os efeitos, dos princípios sobre as finalidades etc. Por exemplo, a primeira vez que um homem ou uma mulher tiveram relações amorosas. Isso nunca se esquece.

Já os lugares de essência se referem ao que se valoriza como característica fundamental em uma pessoa. Por exemplo, um pregador para ser pregador precisa ter um bom relacionamento com as pessoas, falar “bem” em público, ter uma vida em retidão, ou seja, ele deve representar a essência daquilo que seria um homem íntegro no tocante a religião.

No que se refere aos lugares de pessoas são aqueles que estão ligados às pessoas, tanto no espaço onde os indivíduos estão situados como em suas condições de vida. Um exemplo citado por Abreu (2004), é um candidato a governador afirmar que se for eleito, construirá trinta escolas, seu opositor dirá, utilizando o lugar de pessoa, que não construirá escolas, mas procurará dar condições mais humanas ao trabalho do professor.

Por fim, os lugares do existentes são aqueles em que se dá preferência àquilo que já existe, em detrimento àquilo que não existe. Um bom exemplo para esse lugar é quando um líder religioso afirma que pretende aumentar o número membros de suas denominações religiosas, relacionando com os que já estão em suas denominações.

Apresentamos algumas técnicas com fins de manter um relacionamento entre orador e auditório. São lugares de argumentação e como afirma Abreu (2004), os lugares são premissas de ordem geral utilizadas para reforçar a adesão a determinados valores e para denominar locais virtuais facilmente acessíveis, onde o orador pudesse ter argumentos à disposição, em momento de necessidade.

5. Ethos, pathos e logos: a tríade aristotélica

Para elaborar um bom texto oral ou escrito de um sermão, como é o caso de líderes religiosos, é necessário passar por quatro estágios. Para Reboul (2004), tais estágios e/ou partes compõem a retórica. São elas: entender o assunto tratado e selecionar informações para servirem como argumentos, organizá-las, elaborar uma boa redação textual, e, por último, exercitá-la, proferindo-a.

A invenção é a primeira parte do processo de composição do sistema retórico. Nessa etapa, o orador busca argumentos persuasivos para elaborar o seu tema; já a segunda, a disposição, diz respeito a organização interna dos argumentos; a terceira, a elocução, diz respeito ao estilo, construção do pensamento e refere-se à escrita e não à oralidade; a quarta, a ação, é própria argumentação, dotada de todos os elementos que formam o discurso (REBOUL, 2004).

É a partir da invenção que o discurso será montado, pois ela diz respeito acerca do assunto, da temática a ser tratada. Em seguida, será escolhido o gênero discursivo em que a argumentação se dará. Escolhido o gênero, o orador procurará e selecionará argumentos. Remetendo às concepções de Aristóteles, que define três tipos específicos de argumentos persuasivos, a saber: ethos, pathos e logos. Os dois primeiros dizem respeito a afetividade, emoção; já o último, à racionalidade.

Nessa parte do trabalho, procuramos refletir acerca das provas retóricas inscritas na função persuasiva e na composição do sistema retórico. São elas: *ethos*, *pathos* e *logos*. O termo *ethos* vem de ética e lembra moral, confiança e, desse modo, espelha para o auditório um possível caráter de eticidade do orador. O orador deve esbanjar simpatia, alegria (a depender do espaço em que se dá a argumentação) para aderir a confiança do seu auditório. Por isso, o *ethos* diz respeito ao caráter do orador, procurando ganhar a confiança do auditório, “pois sejam quais forem seus argumentos lógicos, eles nada obtém sem essa confiança” (REBOUL, 2004, p.48).

O termo *pathos* está ligado aos sentimentos e as emoções que o orador desperta em seu auditório. Daí advém a relação com a psicologia, entendo aqui o sentido cognitivo, psicológico. O *ethos* também assume uma característica psicológica, procurando adaptar-se aos ouvintes. Diante disso, o *pathos*, por sua vez, diz respeito as emoções, sentimentos que o orador consegue provocar no auditório. Ambos os aspectos estão voltados para a emoção, afetividade, conforme mostra Reboul (2004).

O *logos*, por sua vez, é a argumentação propriamente dita. Há também que se falar no entimema e no exemplo, já quem ambos constituem o *logos*. O primeiro é dedutivo, por exemplo, restos de ossos indica que ali houve vida; o segundo recorre a fatos que já passaram para fazer inferências futuras, ou seja, as induções. Nesse sentido, o *logos* é a racionalização da argumentação. Portanto, o argumentativo e o oratório se juntam para formar a função persuasiva. É, desse modo, que o *logos* se caracteriza como a argumentação propriamente dita, segundo Reboul (2004).

6. O sermão como gênero discursivo

Mosaico (Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas – UNESP) São José do Rio Preto, SP – Brasil, 2017.

ASPECTOS RETÓRICO-TEXTUAIS DO GÊNERODISCURSIVO ORAL SERMÃO
TELEVISIONADO PROFERIDO EM UMA DENOMINAÇÃO CRISTÃ

Os textos religiosos de cunho bíblico e de caráter cristão, possuem grande relevância social e aceitação, já que a maioria da população ocidental é pertence a alguma religião, com predominância do Cristianismo, que é, de fato, a maior religião do Ocidente. No entanto, há que se considerar alguns fatores importantes: há várias interpretações diferentes; há distintas denominações religiosas de raiz cristã; há um uso expressivo de metáforas e outras figuras de linguagem; todos esses fatores ajudam a tornar os textos sagrados um fenômeno heterogêneo, polifônico, complexo.

Diante do exposto, a língua precisa ser vista a partir de seu contexto comunicativo de uso. Como nos lembra Marcuschi (2008), é no texto que ela se manifesta de maneira completa. Desse modo, o texto precisa ser visto como uma unidade de

[...] sentido, necessitando para isso de uma situação discursiva, de interlocutores, das categorias de espaço e tempo e de um propósito claro e definido; e de elementos da linguagem, analisados em sua visão global, especificada pela análise vocabular e referencial (SANTOS, 2013, p.56).

A construção dos conhecimentos de um ethos, de uma identidade, vai se estruturando a partir da interação com o outro, neste caso, por meio dos textos orais e escritos. Há que se considerar, também, que textos orais e escritos possuem formas, estilos e composições, manifestados em diferentes gêneros discursivos e que o sentido permeia cada produção. Para Koch (2014, p.30), um texto é constituído “no momento em que os parceiros de uma atividade comunicativa global, diante de uma manifestação linguística [...] ordem situacional,

cognitiva, sociocultural e interacional, são capazes de construir para ele, determinado sentido”.

O texto, oral ou escrito, possibilita estudos e análises que têm a língua como recurso, tomando como base a comunicação verbal, o discurso retórico. Para Bentes (2006), o texto não pode ser analisado em partes isoladas e sim em seu todo significativo, uma vez que o falante consegue produzir textos, reformulá-los, qualificá-los, graças a competência textual inata ao usuário de língua materna.

A comunicação pode ser oral ou escrita. No entanto, na maioria das vezes, os textos orais não têm a mesma aceitação que os escritos. Ele não é tão estudado sistematicamente como o escrito. Marcuschi (2008, p.53) alerta para tal caso: “[...] ao se enfatizar o ensino da escrita não se deve ignorar a fala, pois a escrita reproduz a seu modo e com regras próprias, o processo interacional da conversação, da narrativa oral e do monólogo, para citar alguns”. Os textos escritos e orais são basilares da comunicação, da produção de texto. Por isso, “um texto não se esclarece em seu pleno funcionamento apenas no âmbito da língua, mas exige aspectos sociais e cognitivos”, os quais certamente também incluem a oralidade (MARCUSCHI, 2008, p.65).

É necessário analisar todos os aspectos possíveis que regem a produção textual oral e escrita, visto que “o texto é um evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas” (BEAUGRANDE, 1997 apud MARCUSCHI, 2008, p.72) e precisa ser explorado dentro de um contínuo tipológico (fala e escrita).

No que tange ao espaço religioso, é válido ressaltar que se faz uso de textos escritos, mas também da oralidade. Os textos escritos são os avisos, as fichas batismais, os panfletos, dentre outros. Já os da oralidade são os sermões (que também aparece na modalidade escrita), a música, os agradecimentos, além de outros. O texto religioso está

situado num espaço formal, pois exige todo um ritual de preparo, para que o líder de determinada denominação possa estar apto a proferir o sermão; o tema é preparado previamente; há toda uma preparação como o horário de início e de término; mesmo sendo algo cotidiano, exige toda uma arquitetura.

Os participantes do evento comunicativo se conhecem entre si, pois, costumeiramente, encontram-se no mesmo espaço ideológico: denominações religiosas. É nesse espaço que a oralidade se destaca, isto é, durante a proferição do sermão por parte do orador, aqui devidamente representado por um líder religioso.

Durante esse estudo, entendemos o sermão como um “discurso religioso feito por sacerdote; prédica, censura, repreensão” (LUFT, 2000, p.604). Aceitamos que o sermão é “um gênero porque apresenta uma situação de prática discursiva específica, caracterizada pelo contexto e pela funcionalidade” (SANTOS, 2013, p.106).

7. Aspectos metodológicos

Essa pesquisa é de abordagem qualitativa. Flick (2009, p.23) frisa que os principais aspectos da pesquisa qualitativa “consistem na escolha adequada de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento, e na variedade de abordagens e métodos”.

A amostra aqui analisada foi colhida do domínio público, ou seja, da internet, mais precisamente no You Tube. O critério de escolha foi pregações em torno da prosperidade, por isso, a escolha

do corpus desta pesquisa. Colhemos um texto oral em que um líder religioso profere um sermão para seus ouvintes. Por questões éticas, preferimos não revelar o nome do líder assim como a denominação religiosa à qual ele pertence. Devido as proporções desse trabalho, selecionamos um excerto do corpus. Devido a extensão do sermão (40 minutos de duração) realizamos um recorte (com duração de 2 minutos e 50 segundos). O fragmento a seguir foi escolhido por acreditarmos ser o clímax da pregação. As transcrições conversacionais desse estudo estão amparadas em Santos, Dikson e Morais (2014) e Marcuschi (2003) e foram realizadas pelo autor desta pesquisa, amparado nos pressupostos teóricos aqui elencados.

8. Amostragem e análise dos dados

Esse texto que será analisado está inserido no domínio religioso cristão e inscrito na modalidade oral da língua. Nele, aparece apenas um orador que detém o turno, enquanto o auditório (ouvintes) atentam para o discurso proferido pelo líder religioso. É oportuno frisar que o gênero sermão televisionado pertence ao discurso epidítico, pois visa censurar, aconselhar alguém. Segue o momento interativo que serviu de base analítica para esse estudo:

...bispo esse carro é meu ((vozes)) tá PAGO... Essa moto é minha tá PAGA ... Pega esse carro, pega essa moto, esse caminhão... pega isso aí... além do salário, da renda, além do que Deus já te pediu: a propriedade... pega esse carro... coloca no altar. DÁ, SACRIFICA... que em breve você vai ter dinheiro para comprar uma lamborghini...

Fonte: *Corpus* retirado do domínio público (*internet*).

Logo de início, percebe-se que o texto apresenta uma assimetria, visto que o orador, ao longo de todo o sermão, permanece com o turno, como também ocorre no trecho apresentado. Diante disso, tem-se o “discurso assimétrico, o privilégio no uso da palavra é de apenas um interactante que conduz/comanda o diálogo” (FÁVERO, ANDRADE, AQUINO, 1999).

Vê-se também a presença de apenas um turno durante todo o texto, o que caracteriza um turno nuclear, pois não há uma troca de turnos com o interlocutor (auditório). Outro detalhe interessante é que o retor exerce, em algumas vezes, a posição conversacional do próprio auditório, quando o orador diz: “...*bispo esse carro é meu*”; “*essa moto é minha*”, ou seja, o orador está fazendo indagações que deveriam ser feitas pelos ouvintes ali presentes. Constata-se, desse modo, uma relação de poder exercida pelo orador em detrimento ao auditório.

Tal recurso pode ser interpretado também como uma antecipação ou retomada de possíveis contra-argumentos, ou argumentos normalmente utilizados pelos interlocutores (fiéis). Tal retomada ou antecipação, de alguma maneira, visa preservar os argumentos do orador, uma vez que a voz enunciada pelo orador, é invalidada pelos lugares de qualidade.

Vê-se que, ao final do trecho, que o lugar da quantidade é sobreposto pelo lugar da qualidade: o orador pede tudo em quantidade para seu interlocutor (carro, bens) em troca da qualidade (mais dinheiro para comprar bens de ainda mais qualidade, como uma lamborghini).

O presente texto está inscrito na modalidade oral da língua. É possível verificar o uso exacerbado da repetição por meio das seguintes expressões: “*meu*”, “*minha*”, “*pega*”, “*esse*”, “*essa*”, “*carro*”, “*tá*”, “*moto*”, “*além*”. Esses usos funcionam como estimuladores da

assimetria, ou seja, ratificam o domínio do turno de fala do orador, além de visar à persuasão do auditório.

No que tange aos outros elementos textuais desse excerto, percebe-se um elemento referencial anafórico encapsulador (CAVALCANTE, CUSTÓDIO FILHO e BRITO, 2014) na expressão “*pega isso aí*”. Tal expressão remete a termos que já foram utilizados durante a conversação. São eles: “*carro*”, “*moto*”, “*caminhão*”.

Destacamos também o elemento dêitico pessoal “*você*”, pois está se referindo aos ouvintes (auditório), que estão participando do ato e/ou evento comunicativo. Outro aspecto é a expressão “*em breve*”. Ela funciona como um elemento dêitico temporal porque aponta para um lugar de tempo, que toma por referência o posicionamento do falante no momento da argumentação.

Observa-se também a utilização dos verbos no modo imperativo como em “*pega*”, “*coloca*”, “*dá*”, “*sacrifica*”. O objetivo de usar tais sequências injuntivas é chamar a atenção, despertar vontades no auditório para que ele exerça o fim desejado, qual seja, o de sacrificar alguns bens materiais para receber outros em troca.

No que diz respeito aos aspectos retóricos, é pertinente frisar que há um acordo prévio entre o orador e o auditório, pois aquele profere a argumentação parte de um lugar de essência, que é relativo ao que se valoriza como característica fundamental em uma pessoa, além de ser um lugar de argumentação, segundo Abreu (2004). Em nossa amostra, verifica-se esse aspecto na expressão inicial “*bispo*”. Um bispo necessita ter um bom relacionamento com as pessoas, ter uma vida em retidão e deve representar a essência daquilo que seria um homem íntegro no tocante a religião que professa.

Com referência ao *ethos*, ele é caracterizado pela pessoa do “*bispo*”, uma vez que o religioso consegue veicular para o auditório uma ideia de integridade, boa conduta, conselheiro, transmitindo para

os ouvintes uma ideia de segurança. Dessa maneira, o orador conquista a adesão do seu auditório, pois ocupa um lugar de destaque (essência).

Com relação ao *pathos*, é importante destacar que o orador faz uso da subjetividade, procurando causar emoções no auditório ao dizer: “DÁ, SACRIFICA... *que em breve você vai ter dinheiro para comprar uma lamborghini*”. A ideia que o retor passa é que o auditório não precisa ter receio e/ou medo de realizar o sacrifício, pois ao fazê-lo receberão muito mais do que o que for sacrificado. Vê-se, pois, que o *pathos* é irresponsável, irreprimível e provoca sentimentos nos ouvintes.

O *logos* caracteriza-se pela argumentação propriamente dita. Em nossa amostra, esse aspecto aparece quando o orador ordena: “*pega isso aí... além do salário, da renda, além do que Deus já te pediu: a propriedade ... pega esse carro... coloca no altar. DÁ, SACRIFICA... que em breve você vai ter dinheiro para comprar uma lamborghini...*”. O objetivo dessa argumentação é fazer com que naquele momento os membros do auditório tomassem uma atitude e fossem até ao altar doar os bens que possuíam, fazendo de argumentos baseados na estrutura do real.

Outro aspecto retórico que merece nossa atenção é a modalização, pois o retor a utiliza com fins persuasivos. Na expressão “*em breve você vai ter dinheiro para comprar uma lamborghini*”, identifica-se a utilização do modalizador deôntico, pois o orador aborda a necessidade ou obrigatoriedade de o auditório realizar o sacrifício, ou seja, se desfazer de umas coisas (carro, moto, caminhão, salário, renda etc), para obter outras mais significativas como, por exemplo, uma “*lamborghini*”. Vê-se, pois, que o argumento é categórico e baseia-se no campo da retórica, no verossímil, na possibilidade de acontecer.

No tocante aos tipos de argumentos, vê-se a utilização do argumento do sacrifício (argumentos que se fundam na estrutura do real). Para Reboul

(2004), é um tipo de comparação, que consiste em estabelecer o valor de uma coisa com o sacrifício que seja necessário para realizá-la.

Isso acontece quando o retor afirma: “... pega esse carro... coloca no altar. DÁ, SACRIFICA... que em breve você vai ter dinheiro para comprar uma lamborghini...”. Infere-se que a pessoa que realizar o sacrifício, vai conseguir ter dinheiro para comprar um carro de luxo, ou seja, uma “lamborghini”. Por isso, o sacrifício serve para provar as qualidades morais de uma pessoa ou de um ato. A sinceridade é provada mostrando que tenho muito o que perder por causa dela (REBOUL, 2004, p.184).

9. Considerações finais

Durante a realização desse estudo, verificou-se que o gênero discursivo oral sermão televisionado apresenta elementos retórico-textuais, que contribuem para a persuasão do auditório, isto é, tanto os que estavam presentes no momento da proferição quanto os que assistiam/assistem pelos meios de comunicação. Os resultados indicam que aparecem categorias pertencentes aos Estudos Textuais, Conversacionais e Retóricos como os elementos coesivos, dêiticos, modos verbais, assimetria, repetições, modalização; e, enfim, às questões ligadas aos aspectos retóricos como ethos, pathos e logos, argumento do sacrifício, além de outras manifestações.

Com esse estudo, visualizamos a possibilidade de realizar outros estudos nessa área. Embora se tenha muitos estudos situados no domínio religioso, ainda é visível a necessidade de se estudar o gênero (sermão) na modalidade oral. Depois de analisar o gênero citado numa perspectiva retórico-textual, podemos afirmar que o gênero discursivo oral sermão televisionado é retórico e visa à persuasão.

ROCHA, M.S. Aspectos retórico-textuais do gênero discursivo oral sermão televisionado. *Mosaico*. São José do Rio Preto, v. 16, n. 1, p. 497-519, 2017.

RECTORIAL-TEXTUAL ASPECTS OF THE GENDER ORAL DISCURSIVE SERMON TELEVISIONED PROFESSIONAL IN A CHRISTIAN DENOMINATION

ABSTRACT: This article aims to perform a rhetorical-textual analysis of the oral discursive genre sermon televised. It is sought to reveal the argumentative techniques used by the speaker. This work is supported by Abreu (2004), Koch (2014), Marcuschi (2003, 2005, 2008), Perelman and Olbrechts-Tyteca (2005), Reboul (2004), Santos, Dikson and Morais (2014), among others. The analyzes showed that the rhetorical moments were present and were intended to persuade the audience.

KEYWORDS:Speech; Persuasion; Auditorium.

Referências

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. 14. ed. Tradução Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Ediouro Publicações, s/d.

ABREU, Antônio Soares. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção*. 7. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

ROCHA, M. S.

BENTES, Anna Christina. Linguística Textual. In: MUSSALIM, Fernanda; _____. **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães; CUSTÓDIO FILHO, Valdinar; BRITO, Mariza Angélica Paiva. **Coerência, referenciação e ensino**. São Paulo: Cortez, 2014.

Diário de São Paulo. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=b37hwBeOK2A>> Acesso em 02/06/2017.

FÁVERO, Leonor Lopes; ANDRADE, Maria Lúcia da Cunha V. de Oliveira; AQUINO, Zilda Gaspar Oliveira de. **Oralidade e escrita: perspectiva para o ensino de língua materna**. São Paulo: Cortez, 1999.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

KOCH, Ingedore. **O texto e a construção dos sentidos**. 10.ed. São Paulo: Contexto, 2014.

LUFT, Celso. **Minidicionário Luft**. Ática, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. **Análise da conversação**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2003.

PERELMAN, Chain, OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SANTOS, Maria Francisca Oliveira; DIKSON, Dennys; MORAIS, Eduardo Pantaleão de. **Interfaces com a análise da conversação: olhares diversos em teorias imbricadas**. Maceió, AL: EDUFAL, 2014.

ROCHA, M. S.

SANTOS, Maria Francisca Oliveira. **Os saberes construídos no processo da pesquisa.** Maceió: EDUFAL, 2013.