



**ÉTHOS E PÁTHOS NA RETÓRICA: A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO PERSUASIVO
EM MATERIALIDADES AUDIOVISUAIS**

Fernanda Vilas Bôas Batista¹
Larissa Souza Lima da Silva²
Layane Dias Cavalcante Viana³

INTRODUÇÃO

O termo retórica pode evidenciar várias significações, de certo modo até divergentes. Na tentativa de esclarecer o seu significado para este trabalho, parte-se do conceito proposto por Reboul (2004). Segundo esse autor, retórica é, basicamente, a arte de persuadir pelo discurso. E numa reflexão sobre o assunto, de acordo com Tomasi e Medeiros (2010, p. 177) “[...] quando se estuda retórica, a preocupação fundamental tem sido com o *logos*, o discurso”, enquanto um dos elementos que compõe a retórica. Vale ressaltar que nem todos os discursos se valem da retórica, apenas os que visam persuadir, conforme, definição apontada por Reboul (2004).

Ao partir do pressuposto de que a retórica diz respeito ao discurso persuasivo, levar alguém a crer em alguma coisa e, muitas vezes, modificar o seu comportamento é uma atitude de persuasão, sendo importante diferenciá-la do ato de “convencer”, já que persuadir é mais que convencer; é levar o outro a fazer o que você quer que ele faça (REBOUL, 2004).

Além do *logos*, é importante trazer à tona outros dois elementos que compõem a retórica, o *éthos* e o *páthos*. Segundo Reboul (2004), o termo *éthos*, comumente traduzido por caráter, é compreendido como a imagem que o enunciador transmite ao colocar-se diante do enunciatário, por outro lado, o *páthos* refere-se à imagem do enunciatário. Diante da relevância dessa temática, compreende-se que a assimilação dos elementos

1 Graduada em Nutricao pela Universidade Federal da Bahia, UFBA, Brasil. Endereço eletrônico: nandavbnutri@gmail.com

2 Discente do Curso de Direito da Faculdade Independente do Nordeste (FAINOR), Brasil. Endereço eletrônico: larysl@live.com

3 Mestre em Letras: Cultura, Educação e Linguagens pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, Bahia, Brasil. Atualmente leciona na Faculdade Independente do Nordeste (FAINOR) e na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Membro e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Linguagem e Educação – GPLED/CNPq/ UESB. Endereço eletrônico: layviana84@gmail.com



compositivos da retórica é essencial para o aperfeiçoamento e percepção do discurso persuasivo.

Dessa forma, este trabalho objetiva analisar materialidades linguísticas audiovisuais, a fim de demonstrar o alcance que o conhecimento desses elementos (éthos, *páthos* e *logos*) sugere para a eficácia das relações persuasivas estabelecidas entre enunciador e enunciatário tendo o discurso como palco dessas relações.

METODOLOGIA

Para analisar a retórica, foram realizadas pesquisas qualitativas e bibliográfica crítica exploratória, realizando um levantamento a partir de livros, e artigos científicos de revistas. Para melhor percepção técnica de aplicação do tema e aproveitamento prático, foram analisadas materialidades audiovisuais, que se apresentam como recortes de programas da TV aberta e uma propaganda televisiva, a saber: o *Programa do Jô* e o programa *Casos de Família* e uma propaganda de bebida alcoólica, com o objetivo de demonstrar como os elementos da retórica “acontecem” nessas materialidades e como o enunciatário percebe esse discurso persuasivo. A motivação para a produção desse estudo surgiu ao evidenciar a relevância da temática tratada e suas aplicações práticas à retórica, especificamente no que diz respeito a sua influência no discurso persuasivo enquanto ferramenta norteadora da própria argumentação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o entendimento de que todo discurso pressupõe uma imagem daqueles que estão envolvidos no processo interativo, compreende-se que todo discurso persuasivo está interligado a um caráter e a uma corporalidade do enunciador, que proporcionará assim a legitimidade da “fala”, (TOMASI & MEDEIROS, 2010). A imagem que é formada do autor e leitor deve ir além das ideias que se têm acerca de autor e leitor reais em sua estrutura física, todavia a imagem que se deve ter seria aquela construída através do texto. De certo, a imagem que é formada pelo enunciador é o resultado do seu próprio discurso, portanto, o éthos do autor é evidenciado no decorrer do texto falado



ou escrito, ou seja, a imagem vai sendo “esculpida” pela forma como organiza as ideias, ligadas aos seus traços de caráter.

Para esta primeira análise, foi selecionado um recorte do *Programa do Jô*. No trecho analisado, o apresentador Jô Soares entrevista Deltan Dallagnol (Procurador da República e coordenador da força tarefa da Operação Lava Jato). A entrevista tem como tema central o combate à corrupção e o entrevistado argumenta sobre a importância da Operação Lava Jato. O discurso empregado na situação em questão demonstra que existe um cuidado por parte do enunciador, nesse caso, o entrevistado, ao considerar características comuns daquele público-alvo, o que de fato o direcionará em sua postura e construção da fala. Nesse sentido, é possível observar que apesar da utilização pelo enunciador da linguagem técnica, incluindo aqui o uso de vocabulário específico da área em que atua, há predominância da linguagem comum, mais acessível, cujo objetivo é a comunicação clara e eficaz, visando justamente o público-alvo, sem tantas formalidades ou requintes gramaticais. A observação como um todo do trecho destacado, permite o entendimento de que a materialidade do discurso se constrói a partir da análise do seu receptor (considerando se tratar de um público que apesar de diversificado é seletivo), o que orientará o enunciador na escolha do tema e em sua construção linguística, em termos de níveis de linguagem e escolhas lexicais.

Na concepção de Aristóteles (2007), é o *éthos* que leva a persuasão, partindo disso, pode-se entender que o enunciador inspira confiança, que deve ser resultado da força do seu discurso, assim o *éthos* pode ser identificado no texto através de suas escolhas linguísticas, temas abordados, construção de personagens, entre outros elementos estruturais do discurso.

Para evidenciação desse conceito, selecionou-se uma propaganda de bebida alcoólica de uma determinada marca de cerveja em que a protagonista é uma famosa cantora. Essa análise se encaixa pertinentemente, pois ao utilizar a imagem de uma pessoa de notório conhecimento de toda uma geração, a Sandy, que carrega consigo uma imagem pré-formada, que foi sendo moldada desde a infância, quando teve início sua trajetória musical. Uma garota com comportamento exemplar, a qual por onde passava deixava evidente a imagem de “boa menina”. Em seus trabalhos na TV, em entrevistas ou mesmo nas letras das músicas interpretadas por ela, em que sempre procurou mostrar seu comportamento diferenciado, considerado por muitos como “certinho demais”. Essas características de Sandy, sempre vêm à mente das pessoas numa construção do seu perfil como pessoa, uma garota de exímio comportamento, “meiga”, “delicada”, “angelical”.

A intenção da propaganda na construção do slogan: “Todo mundo tem um lado



devassa” é explorar justamente esse contraste existente entre a imagem pré-formada de uma pessoa e uma nova postura que não é esperada pelo público. Pode-se observar que o papel exercido por Sandy na propaganda, a partir de sua postura (atuação), vestimentas (cores fortes, remetendo a ideia de mulher atraente) e do próprio texto utilizado, traçam um éthos que não é necessariamente verdadeiro, mas que tem pretensão de gerar convencimento ao público. Essa mudança de percepção faz com que o enunciatário, ao receber esse discurso, contrarie o que anteriormente se esperava a respeito da imagem dessa pessoa, deixando evidente que a escolha por Sandy como protagonista foi inteiramente proposital, já que o intuito é gerar um impacto nos receptores da mensagem e, assim, trazer uma atenção maior para o produto, como estratégia de convencimento ao público para o consumo do produto anunciado.

De acordo com Reboul (2004), *páthos* é o conjunto de emoções, paixões e sentimentos que o orador deve suscitar no auditório com seu discurso. Todo orador, enunciador utiliza o éthos para que haja convencimento do enunciatário, porém, para ter o poder e a técnica de persuasão, é necessário que o enunciador conheça o auditório. Como ele faz isso? Simples. Assim como no éthos, que o leitor produz a imagem do autor; no *páthos* o autor faz uma leitura superficial das pessoas a quem se refere, para que assim, saiba que linguagem utilizar, qual tema abordar e de que forma poderá comovê-las.

A partir desse conceito, foi feita uma breve análise de um trecho do programa *Casos de Família*, exibido na TV aberta. Em seu enredo existe simplicidade na abordagem dos temas, envolvendo questões cotidianas e polêmicas, geradas a partir de conflitos interpessoais que provocam emoções nos participantes, plateia e também em seus telespectadores. O tema proposto: “Casar com você foi a maior besteira que eu fiz na vida!” apresentado na análise do trecho selecionado, reitera a temática descrita, ao mostrar uma discussão entre um casal insatisfeito com o matrimônio, e que a partir disso utiliza de vários argumentos em sentido de desmoralizar o outro e se defender. O desenrolar desse conflito, dentre tantos outros que são comumente apresentados é utilizado propositalmente pelo programa como atrativo para o público ao qual é direcionado.

Traçando um breve paralelo com o *Programa do Jô*, é possível notar que a escolha dos temas abordados nesses programas propõe claramente atingir públicos-alvo diferenciados, e isso é notado através da postura dos apresentadores enquanto mediadores, do nível de linguagem utilizada e reações que visam “causar” em seus telespectadores, já que o enunciatário não é displicente quanto às informações que aúfere, ele julga, avalia e tira suas próprias conclusões, podendo aceitar ou rejeitar o conteúdo expresso.



CONCLUSÕES

Em consonância aos aspectos analisados a partir dos vídeos, conclui-se que *éthos*, *páthos* e *logos* são fundamentais para a construção do discurso persuasivo e, conseqüentemente, da argumentação, ressaltando assim a influência da postura do enunciador perante o enunciatário, que na recepção e compreensão do texto irá gerar os sentimentos pelos quais vai esculpindo a imagem do enunciador e que interfere diretamente na acepção de suas ideias. Sendo assim, é relevante que o sujeito tenha domínio do público e de si, visto que a confiança no enunciador é notável para que haja o poder de convencimento. Além disso, é necessário que exista o conhecimento prévio do auditório, pois cada um carrega consigo conhecimentos de vida, experiências e convicções daquilo que crê como verdade.

Palavras-chave: Discurso. Éthos. Materialidades linguísticas. *Páthos*. Persuasão.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Rideel, 2007. 191 p. (Biblioteca Clássica). Tradução Marcelo Silvano Madeira.

BRASIL, Sandy Leah. **Sandy – 2º Comercial Cerveja devassa**. YouTube, 04 mar. 2011. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=WtgqwT3utX4>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

FIORINDO, Pricila Peixinho. *Ethos*: Um percurso da retórica à análise do discurso. **Revista pandora Brasil**. n.47, p. 1-8, out. 2012. Disponível em: <http://revistapandorabrasil.com/revista_pandora/ethos/priscila.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. **A propósito do ethos. Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, p. 11-29, 2008.

NET, Casos de Família. **Casos De Família - “Casar Com Você Foi a Maior Besteira Que**



Eu Fiz Na Vida!” - 18/05/2015. YouTube, 12 jun. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2Hdy77CD7Z8>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

PIRIS, Eduardo Lopes. A dimensão subjetiva da argumentação e do discurso: focalizando as noções de *ethos* e de *pathos*. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n.2, p. 52-62, mai. 2012. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/eidea/revistas/revista2/05eduardo.pdf>>. Acesso em: 06 jan. 2017.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. 253 p. Tradução Ivone Castilho Benedetti.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Português Jurídico**. São Paulo: Atlas, 2010.

VELIAGO, Rosana. **Deltan Dallagnol no programa do Jô**. YouTube, 22 ago. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=l8il4QgTeI8>>. Acesso em: 06 jan. 2017.