

**O orador Jesus e a construção do *ethos* durante a pregação do sermão do monte****The orator Jesus and the construction of ethos during the preaching of the sermon on the mount**

Max Silva da Rocha<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Piauí

Deywid Wagner de Melo<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Alagoas

João Benvido de Moura<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Piauí

**Resumo**

Este trabalho, inserido nos estudos retóricos e argumentativos da linguagem, tem como principal objetivo analisar a construção de imagens de si (*ethos*), as quais foram despertadas pelo orador Jesus de Nazaré durante a pregação do Sermão do Monte, narrado no Evangelho segundo Mateus, nos capítulos 5, 6 e 7. Para tanto, nos servimos dos postulados teóricos da Retórica, da Argumentação e da Teoria Semiolinguística do Discurso. Os resultados das análises indicam que o referido orador suscitou alguns tipos de *ethé*, tais como: sério, virtuoso, competente, chefe, solidário, entre outros, com o objetivo de angariar a adesão de seu auditório. Identificamos, também, que essas imagens formuladas discursivamente contribuíram decisivamente para o projeto de influência argumentativa preconizado pelo jovem profeta da Palestina.

**Palavras-chave:** Argumentação. Imagens de si. Sermão do Monte

**Abstract**

This work, inserted in the rhetorical and argumentative studies of language, has as its main objective to analyze the construction of images of self (*ethos*), which were awakened by the speaker Jesus of Nazareth during the preaching of the Sermon on the Mount, narrated in the Gospel according to Matthew, in chapters 5, 6 and 7. To do so, we use the theoretical postulates of Rhetoric, Argumentation and Semiolinguistic Theory of Discourse. The results of the analyzes indicate that the aforementioned speaker raised some types of *ethé*, such as:

---

<sup>1</sup> Doutorando em Linguística, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGEL) da Universidade Federal do Piauí (UFPI). <https://orcid.org/0000-0002-6333-5532>

<sup>2</sup> Doutor em Linguística, pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Professor adjunto III do curso de Letras/Português da UFAL *campus* Arapiraca. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura (PPGLL) da UFAL. <https://orcid.org/0000-0002-9388-1593>

<sup>3</sup> Doutor em Linguística, pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com estágio de pós-doutorado nesta mesma instituição. Docente da graduação em Letras e do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGEL) da Universidade Federal do Piauí (UFPI). <https://orcid.org/0000-0002-6885-100X>

serious, virtuous, competent, boss, supportive, among others, with the aim of gaining support from his audience. We also identified that these discursively formulated images contributed decisively to the project of argumentative influence advocated by the young prophet of Palestine.

**Keywords:** Argumentation. Images of self. Sermon on the Mount

### Considerações iniciais

Este trabalho tem como principal objetivo analisar a construção de imagens de si (*ethos*) do orador Jesus de Nazaré durante a pregação do Sermão do Monte, conforme narrativa bíblica encontrada no Evangelho segundo Mateus. Por meio do discurso, o orador atua de forma estratégica e se utiliza de variadas técnicas persuasivas capazes de fazer com que o outro adira a uma determinada tese. Segundo Aristóteles (2011), existem três meios pelos quais é possível obter a adesão do outro, a saber: *ethos*, *logos* e *pathos*. Cada elemento desempenha uma função específica, no entanto, esses aspectos são indissociáveis porque em todo ato retórico existe, pelo menos, um orador, um discurso e um auditório, mas também há a possibilidade de haver uma predominância de um dos meios da tríade, havendo, nesse caso, a atuação dos outros meios em prol de um.

O *ethos* diz respeito ao caráter pessoal do orador, ou seja, à imagem que ele constrói de si no momento do discurso. Atrelado a isso, surge o *pathos* que se associa às emoções ou paixões que são suscitadas por meio do discurso. Essas paixões, quando são despertadas, atingem o campo afetivo do auditório, procurando angariar sua adesão. O *logos*, por sua vez, corresponde ao discurso propriamente dito, dotado de estratégias argumentativas. Por questões de extensão e de delimitação deste estudo, não será realizada uma análise de toda a tríade, pois focalizaremos o *ethos* como categoria central. Mesmo assim, em alguns momentos do nosso gesto analítico, poderemos mencionar algum argumento utilizado, bem como a tentativa de despertar alguma paixão, até mesmo porque o *logos* e o *pathos* podem estar para o *ethos*, ou seja, podem colaborar para a predominância do *ethos* nas tratativas de constituição das imagens do orador.

Aristóteles (2011) afirma que o *ethos* depende do caráter pessoal do orador no momento exato da enunciação; Amossy (2019) advoga que todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si e até mesmo uma imagem prévia; Maingueneau (2008) defende que o *ethos* é uma noção discursiva e pré-discursiva, que se constrói por meio do discurso e não é uma imagem do locutor exterior a sua fala; Charaudeau (2018) também defende a mesma ideia, mas se utiliza dos termos *ethos* construído e pré-construído, indo além dos outros autores, uma vez que estabelece a identidade social e discursiva do *ethos*, bem como propõe uma classificação um tanto quanto fechada e engessada dos diferentes tipos de *ethé* no discurso político.

Diante disso, quando argumentamos acerca de um objeto do mundo, estamos tentando influenciar alguém, buscando inseri-lo em um quadro específico de crenças e convicções possíveis no interior de uma determinada comunidade de fala e de crenças específicas. Para tanto, o orador não precisa de violência ou qualquer outro artifício desse tipo, mas tão somente do discurso e de técnicas argumentativas que este mesmo discurso

imprime em seu conteúdo, a exemplo do que fez o orador Jesus de Nazaré durante a pregação do Sermão do Monte. Esse orador judeu encenou um discurso predominantemente argumentativo e projetou diferentes imagens de si, buscando conquistar a adesão de seu auditório no que respeita às proposições religiosas que foram apresentadas ao assentimento.

A fim de organizar o nosso estudo, dividimo-lo em algumas partes: na primeira parte, discorreremos sobre as concepções de *ethos* para Aristóteles (2011), Maingueneau (2008), Amossy (2019) e Charaudeau (2018). Em cada um desses autores, buscamos mostrar as conceituações e caracterizações acerca da categoria *ethos*; na segunda parte, apresentamos as análises realizadas a partir da tipologia de Charaudeau (2018) sobre os *ethé* de credibilidade e os de identificação. Observamos de que modo eles apareceram no Sermão do Monte. Centramos nosso gesto analítico na proposta de Charaudeau (2018), pelo fato de os atos retóricos do Sermão do Monte apresentarem uma predominância que contempla as imagens de si teorizadas pelo referido autor francês, embora as outras propostas estejam subsidiando as discussões teóricas e metodológicas deste estudo.

Além disso, surgem alguns questionamentos que delinham a nossa investigação: A) quais *ethé* foram os mais utilizados no Sermão do Monte? B) Como o orador Jesus se utilizou dessas imagens de si para argumentar? As respostas a essas perguntas é a principal tarefa das análises deste estudo.

## **O *ethos* na teoria retórica**

O *ethos* postulado na obra “Retórica”, de Aristóteles, se configura por meio de traços de caráter que o orador mostra, de maneira explícita ou implícita, ao seu auditório no momento quando enuncia. O orador “que mostra em seu discurso um caráter honesto parecerá mais digno de crédito aos olhos do auditório” (Eggs, 2019, p. 20). Vemos que a eficácia do discurso retórico se vincula ao modo como o orador se apresenta diante de seu auditório que julgará se o orador é ou não digno de confiança. Desde a retórica mais antiga, essa ideia é postulada. “A persuasão é obtida graças ao caráter pessoal do orador, quando o discurso é proferido de tal maneira que nos faz pensar que o orador é digno de crédito” (Aristóteles, 2011, p. 45). Esse caráter incorpora traços de virtude, de costumes, de ideologias e se manifesta por meio do discurso que é apresentado ao auditório.

Acerca do *ethos* retórico, Meyer (2007) pontua que o *ethos* diz respeito à imagem de si, ao caráter, à personalidade, aos traços de comportamento, à escolha de vida. O autor salienta que o *ethos* se liga à pessoa, à imagem que o orador passa de si mesmo diante do auditório e este se dispõe a ouvi-lo e, às vezes, a segui-lo. Logo, o *ethos* suscita uma autoridade por meio do discurso, pois “as virtudes morais, a boa conduta, a confiança que tanto umas quanto as outras suscitam conferem ao orador uma autoridade” (Meyer, 2007, p. 34-35). É justamente essa autoridade que poderá fazer com que o auditório acredite nas ideias lançadas pelo orador. Todavia, essas ideias precisam ser reconhecidas como pertinentes para que sejam aderidas pelo auditório presumido.

Assim, o *ethos* se apresenta de maneira que o auditório possa se identificar com as propostas que lhe são apresentadas ao assentimento. Para Amossy (2019, p. 10), “os antigos designavam pelo termo *ethos* a construção de uma imagem de si destinada a garantir o

sucesso do empreendimento oratório”. Desse modo, é no e pelo discurso que importa construir uma imagem que suscite confiança e que, ao mesmo tempo, agrade ao auditório, fazendo-o crer naquilo que o orador lhe apresenta. O orador poderá se apresentar com uma imagem real ou fingida, mascarando seu *ethos*. Comumente, notamos no discurso religioso, oradores que apresentam um *ethos* dito de uma maneira e um *ethos* mostrado totalmente distinto, razão por que o *ethos* é dinâmico e flexível.

Para Meyer (2007, p. 36), o orador “se mascara ou se revela, se dissimula ou se exhibe com toda transparência, em função da problemática que ele precisa enfrentar. Ele é prudente ou finge”, a fim de forjar uma imagem que persuada. A categoria do *ethos* é uma das mais importantes da arquitetônica argumentativa, pois todo discurso retórico está à mercê do modo como o orador age discursivamente. Reboul (2004, p. 48) postula que “o ethos é o caráter que o orador deve assumir para inspirar confiança no auditório, pois, sejam quais forem seus argumentos lógicos, eles nada obtêm sem essa confiança”. Embora os argumentos sejam imprescindíveis, de nada servem se o orador não for digno de confiança e se não despertá-la diante do auditório.

Em conformidade com Maingueneau (2008), o *ethos* é uma noção discursiva, construída no próprio ato discursivo. Além disso, destaca que se trata de um processo linguageiro de influência sobre o auditório. Como prova retórica, o *ethos* almeja causar boa impressão pela forma como o discurso é construído e, desse modo, criar uma imagem de si que seja capaz de convencer e persuadir o público-alvo, angariando a sua confiança. Logo, se diz que “esse ethos está ligado à própria enunciação, e não a um saber extradiscursivo sobre o locutor” (Maingueneau, 2008, p. 13), razão por que, nesse conceito de *ethos*, o que importa observar é a encenação discursiva.

Na esteira de Aristóteles (2011), a confiança e a autoridade que a imagem de si credita ao orador acontecem por meio de três qualidades específicas: a *phronesis*, ou prudência, a *areté*, ou virtude, e a *eúnoia*, ou benevolência. São aspectos que acoplam qualidades morais e intelectuais, que possibilitam tornar o orador alguém crível. Aristóteles (2011) considera que afirmações falsas e maus conselhos são frutos da falta de uma ou mais dessas qualidades citadas. Opiniões sem veracidade surgem devido à falta de prudência; deixar de dizer opiniões verdadeiras representa a falta de virtude; não recomendar coisas valorativas para o auditório corresponde à falta de benevolência.

Explicando mais didaticamente, Ferreira (2019) afirma que a *phronesis* (prudência) está associada à demonstração de inteligência de valor cognitivo ligada a uma intenção do orador em mover o auditório. Assim, a *phronesis* pertence ao *logos*, ao discurso propriamente dito. Por meio desse aspecto que inspira confiança, o orador incita o auditório a fazer escolhas que dependam de valores culturais, de contexto imediato e da natureza da questão imposta. O orador põe em cena questões que não podem ser resolvidas por alguma área do conhecimento, mas que podem ser solucionadas pelo ato da demonstração e da experiência. Com isso, a *phronesis* possui um caráter prescritivo, no qual o orador recorre a apelos, para provocar uma resposta emocional.

No que concerne à *areté* (virtude), Ferreira (2019) informa que é a categoria que indica a disposição do *ethos* para os valores de um homem bom que o faz desempenhar sua função com retidão, é o chamado homem virtuoso. Este sabe o que faz, executa o que tem de fazer e cumpre o que lhe é solicitado. Então, o homem virtuoso não se mostra covarde nem

temerário diante das situações que surgem. Algumas características são apresentadas: temperança, parcimônia, moderação, sobriedade. É amável, atencioso, benévolo, educado, polido e respeitoso. Essa qualidade que inspira confiança repousa no ato de demonstrar ao auditório as tendências humanas que conduzem à boa ação.

Na esteira do pensamento aristotélico, Ferreira (2019) explana que a *eúnoia* (benevolência) associa-se ao modo como o orador oferece uma imagem agradável de si ao mostrar simpatia pelo auditório. Alguns caracteres são acionados no plano de ser e parecer no discurso: a generosidade, o altruísmo, a condescendência, a magnanimidade, entre outros aspectos. Além disso, a *eúnoia* está vinculada à ideia de desejar o bem ao outro por meio da amizade. Por esse caminho, é possível mover o auditório a partir de um discurso passional cheio de efeitos persuasivos. Portanto, a *eúnoia* fundamenta-se no discurso passional, isto é, na categoria do *pathos* retórico propriamente dito.

Aristóteles (2011) mostra que a eficácia do *ethos* retórico depende desses três elementos (*phrónesis*, *areté* e *eúnoia*) que suscitam confiança por meio do discurso. Conforme os recentes trabalhos de Ferreira (2019), entre outros autores, a retórica aristotélica ligou estritamente o *ethos* à eloquência e à oralidade, principalmente no tocante à fala pública em tribunais, assembleias a partir dos três grandes domínios do discurso (judiciário, deliberativo e epidítico). Depreendemos um *ethos* apenas retórico, ou seja, construído no momento da enunciação e sem, por exemplo, contemplar uma imagem extradiscursiva ou até mesmo prévia do orador. Isso faz com que a categoria do *ethos* seja um tanto quanto reduzida apenas ao momento exato da argumentação, sem contemplar fatores com detalhes mais discursivos.

No entanto, com os estudos contemporâneos em retórica, argumentação no discurso, análise do discurso semiolinguística e outras tendências, o *ethos* não se restringe apenas à oralidade ou como prova retórica, mas se alarga, permeando textos orais, escritos, imagéticos. Temos, desse modo, a ampliação da definição de *ethos*, novas tipologias para este conceito e uma visão diferente acerca de uma análise argumentativa por meio do discurso, considerando, também, os fatores de ordem discursiva que englobam um ato retórico. As novas tendências têm por objetivo estudar a dinamicidade do *ethos* e como as imagens de si são produzidas no discurso e até mesmo antes dele, tendo em vista a representação prévia que o auditório tem do orador. É isso que pretendemos mostrar nas próximas seções.

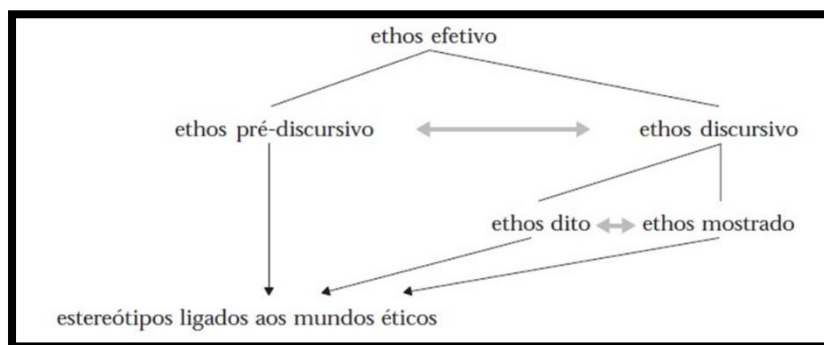
## O *ethos* na teoria discursiva

Em um trabalho recente, Maingueneau (2020) ratifica que durante mais de dois mil anos o conceito de *ethos* esteve estritamente ligado à oratória da antiga retórica aristotélica. Acerca do *ethos* puramente retórico, o autor francês assevera: “Toda vez que se recorre a essa noção de *ethos*, costuma-se fazer um longo caminho até a retórica antiga, mais precisamente à Retórica de Aristóteles, primeiro autor em que encontramos uma elaboração conceitual” (Maingueneau, 2008, p. 12). No entanto, o autor chama a nossa atenção para o fato de que o mundo da retórica antiga já passou e a palavra não está presa aos mesmos mecanismos da antiguidade grega, por isso é necessário investigar o *ethos* na atualidade.

Compreendemos que o *ethos* não se resume em apenas uma construção de uma imagem de si restrita ao momento exato da enunciação. Os estudos discursivos postulam que

o conceito de *ethos* vai mais além das contribuições já defendidas por Aristóteles, mesmo sabendo que a retórica é a fonte primária. Para Maingueneau (2008), o *ethos* está intimamente ligado à enunciação, mas também ao auditório que capta representações discursivas do orador antes mesmo que ele realize a argumentação, razão por que é possível mostrar, mais à frente, as diferenças entre o *ethos* discursivo e o *ethos* prévio. Antes disso, o autor estabelece definições de *ethos*: a) o *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma imagem do locutor exterior a sua fala; b) é um processo interativo de influência sobre o outro; c) é um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, sendo integrada, ela mesma, numa determinada conjuntura social e histórica.

A noção de *ethos* que é apresentada nos estudos discursivos incorpora outros aspectos deixados de lado na perspectiva retórica. Assim, o *ethos* implica um modo de se mover no espaço social, por meio de um comportamento; o auditório, por sua vez, percebe o comportamento do orador, se identifica ou não, apoiando-se no contrato de comunicação, envolto por representações sociais avaliadas positiva ou negativamente em estereótipos ou imaginários sociodiscursivos, a exemplo do chefe, do profeta, do jovem, do comandante, além de outros imaginários sociais (Maingueneau, 2008). É a interação desses fatores que resulta o *ethos* efetivo, o qual acopla outros segmentos: *ethos* pré-discursivo, *ethos* discursivo (dito e mostrado), como é possível verificar a seguir:



**Figura 1:** Esquema sobre o *ethos* discursivo.

**Fonte:** Maingueneau (2008, p. 19).

Conforme o quadro apresentado, o *ethos* efetivo é composto pelo *ethos* pré-discursivo e pelo *ethos* discursivo. Ambos estão relacionados no mesmo processo linguageiro. O *ethos* pré-discursivo, como se observa, aponta uma relação direta com os estereótipos ligados aos mundos éticos, os quais o autor francês denomina de representações sociais cristalizadas. Corresponde à imagem que o auditório constrói do orador antes mesmo que este enuncie. O *ethos* discursivo, por sua vez, contempla o *ethos* dito e o mostrado. No primeiro, ocorre a explicitude da imagem do orador, haja vista que ele se utiliza do discurso para tentar persuadir o auditório no momento quando enuncia; no segundo, ocorre uma espécie de ocultação da imagem do orador, pois esta não está apresentada de forma explícita, mas apenas por meio de pistas que o orador deixa transparecer no momento de sua encenação argumentativa.

O autor ainda apresenta os estereótipos ligados aos mundos éticos, por meio dos quais é possível fazer uma leitura de fenômenos do mundo a partir de comportamentos dos sujeitos em circunstâncias de discurso definidas social e historicamente. Para Maingueneau

(2018, p. 322), “esse mundo ético inclui um certo número de situações estereotipadas associadas a comportamentos verbais e não verbais (o mundo ético do quadro dinâmico, esnobes, estrelas de cinema etc.)”. Assim, é possível falar em imaginários sociodiscursivos, representações culturais e sociais, circunstâncias de discurso, entre outros aspectos que coadunam para o entendimento da construção da imagem de si.

Maingueneau (2020) estabelece três dimensões do *ethos* que constituem orientações das imagens de si: a dimensão categorial, experiencial e ideológica. A dimensão categorial contempla papéis discursivos e extradiscursivos. Os papéis discursivos estão associados à própria enunciação do orador quando escolhe um gênero: pregador, animador, narrador, entre outros. A dimensão experiencial recobre as caracterizações sociais e psicológicas calcadas em estereótipos: bom senso, agressividade, lentidão, estupidez, originalidade, mansidão, entre outros. A dimensão ideológica diz respeito aos posicionamentos do orador dentro de um domínio: conservador, tradicional, religioso, entre outros. Essas três dimensões interagem fortemente e um mesmo orador pode apresentá-las concomitantemente.

Ao analisar trechos do Sermão do Monte, é possível reconhecer essas três dimensões conceituadas por Maingueneau (2020). Verificamos que Jesus era um jovem pregador judeu de uma pequena aldeola por nome Nazaré (dimensão categorial) e, por meio do seu discurso contundente, se mostrava alguém que tinha preocupação com o modo de vida de seus seguidores (dimensão experiencial), mas também procurava ensinar-lhes outros modos de religiosidade além do judaísmo (dimensão ideológica), visto que não concordava com o modo pelo qual as autoridades religiosas da época ensinavam. Muitas vezes, Jesus entrou em confronto com tais lideranças por questões de ensinamentos que, de alguma maneira, tinham o objetivo de sobrecarregar as pessoas com doutrinas difíceis de serem cumpridas.

## O *ethos* na teoria semiolinguística

Patrick Charaudeau é mais um dos grandes linguistas franceses a se dedicar ao estudo do *ethos*. Ele o descreve no escopo do discurso político, mas muitos pesquisadores advogam que as teorizações são profícuas para a análise de outros discursos, neste caso em específico, do teológico. Charaudeau (2018) também retoma as contribuições de vertentes aristotélicas, mas as amplia e estabelece o *ethos* em um lugar de encenação linguageira. Para Charaudeau (2018, p. 115), “de fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz”.

Esse mesmo autor apresenta como acontece a projeção do *ethos* por meio do discurso. Essa noção charaudiana também é diferente da concepção aristotélica, pois engloba questões discursivas e até mesmo noções prévias da imagem que o orador mostra de si quando argumenta. Aristóteles (2011) inscreve o *ethos* apenas no ato enunciativo, quando o sujeito comunicante se torna enunciador. Nesse sentido, Charaudeau (2018) também compartilha da ideia de que o *ethos* é o resultado de uma relação entre o que é dito (*ethos* discursivo) e o que existe previamente (*ethos* prévio).

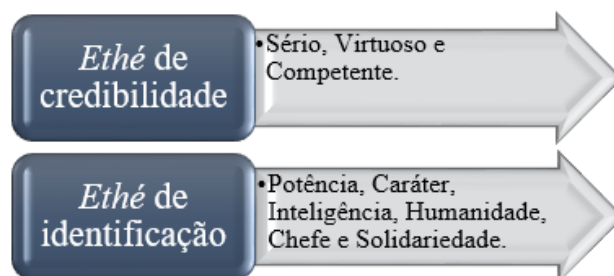
De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se

transveste o interlocutor a partir daquilo que diz. O *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora, para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe a priori do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem (Charaudeau, 2018, p. 115).

As teorizações acima não estão muito distantes das postulações de Dominique Maingueneau, principalmente sobre *ethos* discursivo e prévio, mas são diferentes em alguns pontos. Charaudeau (2018) considera que o sujeito linguageiro é um ser feito de discurso e, ao mesmo tempo, um ser social empírico. Já Maingueneau (2020, p. 30) não concorda com essa posição, pois assegura que “ao insistir no caráter encarnado do *ethos*, corremos o risco de dar a entender a impressão de que, por trás de cada enunciação, há um locutor de carne e osso”. É justamente um ser de carne e osso que configura o sujeito comunicante postulado na teoria charaudiana, o que atesta a tensão entre os autores.

Charaudeau (2018) considera que o sujeito linguageiro é um ser feito de discurso, mas também um ser social empírico. “O sujeito aparece, portanto, ao olhar do outro, com uma identidade psicológica e social que lhe é atribuída, e, ao mesmo tempo, mostra-se mediante a identidade discursiva que ele constrói para si” (Charaudeau, 2018, p. 115). Mesmo existindo essas divergências entre os autores, este trabalho segue um pensamento de diálogo, pois em todo ato de linguagem existe um sujeito comunicante – sujeito real, empírico de carne e osso – e um sujeito enunciator – ser de palavra, de discurso.

Embora Maingueneau e Amossy discutam a noção de *ethos*, este trabalho se serve com maior ênfase da concepção de *ethos* segundo os postulados de Charaudeau (2018). Isso se deve pelo fato de este estudo identificar, no Sermão Monte, os *ethé* apresentados pelo precursor da Teoria Semiolinguística. Para ele, “o *ethos* é bem o resultado de uma encenação sociolinguageira que depende dos julgamentos cruzados que os indivíduos de um grupo social fazem uns dos outros ao agirem e falarem” (Charaudeau, 2018, p. 118). A seguir, temos um possível quadro para ilustrar a tipologia dos *ethé* de credibilidade e os *ethé* de identificação que foi proposta pelo referido autor:



**Figura 2:** Tipologia dos *ethé*.  
**Fonte:** Adaptado de Charaudeau (2018).

De acordo com Charaudeau (2018), existem duas grandes categorias de *ethos*: os *ethé* de credibilidade e os *ethé* de identificação. “Os primeiros são fundados em um discurso da



razão: ‘Para ser crível é preciso [...]’; os segundos, em um discurso do afeto: ‘Aí está o chefe!’” (Charaudeau, 2018, p. 118). É preciso tratar de cada um deles a fim de analisar de que modo o orador Jesus de Nazaré projetou imagens de si diante de seu auditório, procurando influenciá-lo com um discurso que se caracteriza potencialmente persuasivo.

### **Análise dos *ethé* de credibilidade no Sermão do Monte**

Os *ethé* de credibilidade não estão ligados apenas à identidade social do sujeito enunciador, mas também à construção de uma identidade discursiva por esse sujeito orador, a fim de fazer com que o auditório possa julgá-lo como alguém digno de crédito e/ou confiança (Charaudeau, 2018). O citado autor francês destaca três condições necessárias para se ter a credibilidade: sinceridade, performance e eficácia. A sinceridade obriga o orador a dizer a verdade; a performance obriga-o a aplicar o que se promete; e a eficácia obriga-o a provar que o orador tem os meios de cumprir o que promete e que os resultados alcançados serão positivos. Dessas condições citadas, decorrem os *ethé* de sério, virtuoso e competente.

O *ethos* de sério, conforme explica Charaudeau (2018), depende das representações que cada grupo social faz de quem é sério e de quem não é. Além disso, esse *ethos* indica a sinceridade, o modo como o orador se comporta junto aos que mais necessitam, como é possível verificar no seguinte momento do Sermão do Monte: “Bem-aventurados sois vós, quando vos injuriarem e perseguirem e, mentindo, disserem todo o mal contra vós por minha causa” (Mateus 5:11). O orador Jesus profere um discurso sincero, realista, pois afirma aos seus seguidores que eles serão injuriados e até mesmo perseguidos por causa da filiação às ideias do nazareno. Os discípulos podem optar por seguirem ou não o jovem profeta, mas estão mais do que avisados acerca dos possíveis infortúnios que podem sofrer por causa dessa escolha. A sinceridade do orador aponta as características que marcam esse *ethos*.

O *ethos* de virtuoso, de acordo com Charaudeau (2018), exige sinceridade, fidelidade, retidão, lealdade, respeito, a que se deve acrescentar uma imagem de honestidade pessoal. Após Jesus falar sobre as perseguições que seus discípulos poderiam sofrer, é dito: “Exultai e alegrai-vos, porque é grande o vosso galardão nos céus; porque assim perseguiram os profetas que foram antes de vós” (Mateus 5:12). O orador salienta que seus seguidores devem se alegrar quando forem perseguidos, pois da mesma maneira perseguiram os profetas que lhes antecederam. O orador, por meio desse *ethos*, mostra-se honesto (*areté*) ao falar das perseguições e ao garantir que o auditório terá um “galardão nos céus”, razão por que as possíveis perseguições terão resultados positivos para os integrantes do auditório. Então, a ideia postulada por esse discurso é a de que vale muito a pena sofrer no plano terreno e depois poder desfrutar das benesses que são prometidas em um possível plano espiritual.

O *ethos* de competência, consoante Charaudeau (2018), exige saber, habilidade, meios, poder, experiência, conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade. No ato retórico de linguagem a seguir, o orador ressalta que não veio para destruir a Lei Mosaica: “Não cuideis que vim destruir a lei ou os profetas: não vim ab-rogar, mas cumprir” (Mateus, 5:17). Ora, sabe-se que Jesus era judeu (herança de uma tradição religiosa), sabia da importância da Lei (saber), obedecia aos estatutos (*ethos* de sério) e possuía grande conhecimento sobre a Lei (experiência em matéria de Judaísmo). Por isso, ele era considerado um mestre (habilidade) da época. Logo, é possível afirmar que esse *ethos* de competência que

Jesus projetava era uma imagem que, de alguma maneira, suscitava credibilidade ao discurso, despertando cada vez mais o interesse de pessoas em seguir os ensinamentos.

Por meio do discurso da justificação (Charaudeau, 2018), o orador refuta a dura crítica de que ele iria anular as ordenanças prescritas por Moisés, ao dizer: “Não cuideis que vim destruir a lei ou os profetas”. Diante disso, Jesus almeja mostrar sua inocência acerca das acusações que lhe são dirigidas pelas autoridades religiosas e, ao mesmo tempo, preservar sua imagem. Ele se justifica por meio da negação. Para Charaudeau (2018, p. 127), “a negação consiste em rejeitar a denúncia, em contestar a acusação e declará-la nula e improcedente, o que significa que não há o que justificar”. De fato, não há como afirmar categoricamente que Jesus destruiu a lei moral divina, pois até os dias de hoje grande parte do Cristianismo aceita, por exemplo, a guarda dos dez mandamentos, uma das prescrições da Lei Mosaica que podemos encontrar explicitamente descrita no livro de Êxodo 20: 1-17.

Em resumo, percebemos que o orador Jesus de Nazaré construiu, nos trechos analisados do Sermão do Monte, algumas imagens de si a partir da credibilidade, isto é, da confiança que ele certamente despertou no auditório. Jesus encena sua identidade social por meio dos atributos que lhe outorgam o direito de fala: era judeu, estava sob a mesma lei, conhecia profundamente os estatutos religiosos, era considerado mestre. Algumas pessoas viam Jesus como um homem sério, capaz entregar a própria vida por suas convicções; virtuoso, tendo em vista a honestidade para com os interlocutores sobre o que poderia suceder caso se tornassem seus discípulos; e competente, pois sabia habilmente de tudo o que falava, principalmente, no que concerne ao conhecimento do Judaísmo. Jesus construiu um *ethos* de credibilidade por meio da ação conjunta entre o seu ser psicológico e o social, projetando imagens positivas de si.

### **Análise dos *ethé* de identificação no Sermão do Monte**

Os *ethé* de identificação, para Charaudeau (2018), estão atrelados aos traços pessoais do orador, a exemplo de comportamentos, declarações, corporalidade, os quais podem atribuir pontos positivos ou negativos à imagem suscitada diante do auditório. Tentar descrever e classificar os tipos de imagens que caracterizam esse *ethos* não é questão simples, pois as imagens alcançam um grande número de sujeitos, os quais são diversificados do ponto de vista dos imaginários. Os *ethé* de identificação são apresentados por meio dos *ethé* de potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade. Esses *ethé* podem ser considerados como atributos do orador, os quais são apresentados por meio do discurso com o objetivo de despertar a identificação com o auditório.

O *ethos* de potência se apresenta como uma energia física que emerge das profundezas terrestres, anima e impulsiona os corpos na ação, imprimindo uma espécie de força da natureza (Charaudeau, 2018). Em um primeiro momento, há o seguinte trecho destacado do Sermão do Monte: “Eu, porém, vos digo que não resistais ao mau; mas, se qualquer te bater na face direita, oferece-lhe também a outra” (Mateus 5:39). Neste momento, vemos o aspecto físico, pois sofrer golpes na face gera consequências danosas ao corpo; o orador ainda induz o auditório a oferecer a outra face, o que chancela uma proeza de resistência física. Em um segundo momento, ele ordena: “E, se qualquer te obrigar a caminhar uma milha, vai com ele duas” (Mateus 5:41). Aqui o aspecto físico de potência é apresentado pelo orador com vistas

a persuadir o auditório, criando uma ideia de resistência, mas também de passividade diante de um mal sofrido.

O *ethos* de caráter também tem relação com questões de força, mas não pode ser confundido com o anterior. Este diz respeito à força do espírito e pode ser apresentado por meio de figuras como vituperação (provocação e polêmica), personalidade forte, dominante, coragem, orgulho, firmeza e moderação, como explica o linguista Charaudeau (2018). Jesus afirmou durante o Sermão do Monte: “Eu, porém, vos digo: Amai a vossos inimigos, bendizei os que vos maldizem, fazei bem aos que vos odeiam, e orai pelos que vos maltratam e vos perseguem; para que sejais filhos do vosso Pai que está nos céus” (Mateus 5:44). Constatamos nessa asserção que o orador incita coragem ao auditório para que este possa realizar ações polêmicas e até mesmo antagônicas aos olhos estritamente humanos em uma época em que as pessoas não tinham uma visão de amar os inimigos (ou pecadores), mas sim de condená-los. Em outras palavras, o orador está ressaltando que o auditório precisa se moldar a esses novos ensinamentos que mostram uma nova perspectiva de religiosidade que deve ser praticada. Para tanto, busca formular um *ethos* de caráter, capaz de sobrepujar as provocações e polêmicas.

O *ethos* de inteligência, como ressalta Charaudeau (2018), pode provocar a admiração e o respeito de indivíduos por aquele que demonstra tê-lo e assim os faz aderir a ele. A inteligência (*phronesis*) postulada diz respeito ao imaginário heterogêneo e coletivo que avalia o modo como integrantes de um grupo social a concebem e a valorizam. Neste caso, o orador pode se valer da malícia positiva, entendida como uma maneira sutil e habilidosa de suscitar imagens de si que testemunhem a capacidade de agir sobre o outro. No Sermão do Monte, Jesus ordenou aos interlocutores: “Não ajunteis tesouros na terra, onde a traça e a ferrugem tudo consomem, e onde os ladrões minam e roubam; Mas ajuntai tesouros no céu, onde nem a traça nem a ferrugem consomem, e onde os ladrões não minam nem roubam” (Mateus 6:19-21). O orador mostra a irrelevância de ter bens materiais na terra se não houver tesouros no céu. A ideia posta em julgamento para o auditório é a de que é mais prudente (inteligente?) juntar tesouros no céu, pois os ladrões não podem roubá-los. Esses tesouros já foram mencionados pelo orador em outros momentos e referem-se a atributos, tais como: mansidão, humildade, caridade, misericórdia, entre outros, que contribuem para a caminhada religiosa. Já o dinheiro e as riquezas em geral não podem conceder benesses diante de Deus.

O *ethos* de humanidade constitui um imaginário importante em que o orador é mensurado pela capacidade de demonstrar sentimentos, compaixão para com aqueles que sofrem ou poderão sofrer algum infortúnio. Além disso, há a confissão das fraquezas, a apresentação de gostos e até mesmo a revelação de aspectos da intimidade (Charaudeau, 2018). No Sermão do Monte, o orador Jesus alerta o seu auditório sobre falsos mestres que poderiam estar mascarando as suas faces reais, a fim de enganar as pessoas: “Acautelai-vos, porém, dos falsos profetas, que vêm até vós vestidos como ovelhas, mas, interiormente, são lobos devoradores” (Mateus 7:15). Jesus mostra que existem falsos profetas que poderiam conduzir seus discípulos a erros. Conforme o orador, esses sujeitos fingem ser profetas, mas não o são. Jesus apresenta a imagem negativa (falsos profetas e lobos devoradores) desses religiosos e, desse modo, demonstra o cuidado, o zelo, a proteção por seus seguidores.

O *ethos* de chefe, consoante Charaudeau (2018), é voltado tanto para si quanto para o outro por meio das seguintes figuras: guia supremo, soberano e comandante. A figura do guia supremo está relacionada à permanência de um grupo social, pois este consciente de sua

incapacidade suscita a existência de um ser superior com condições de guiá-lo ante os infortúnios do mundo terreno. Este guia pode pertencer ou não ao grupo, pode ser uma pessoa de carne e osso ou um ser abstrato. Em ambos os casos, existem aspectos que reverberam heroísmo, salvação eterna, um caminho a ser seguido. É possível constatar esses aspectos no seguinte momento retórico do Sermão do Monte: “Nem todo o que me diz: Senhor, Senhor! entrará no reino dos céus, mas aquele que faz a vontade de meu Pai, que está nos céus” (Mateus 7:21). Jesus se apresenta com uma imagem de filho de Deus e afirma ter autoridade para receber pessoas no céu. Isso denota ser ele um homem fora do comum, dotado de poderes divinos, capazes de oferecer aos seus seguidores benesses advindas do próprio Deus.

O orador Jesus também contempla a subdivisão de guia-pastor e guia-profeta, conforme a tipologia charaudiana. No primeiro caso, trata-se de alguém que reúne o rebanho, a fim de instruí-lo e de iluminar seu caminho. Jesus era um condutor de homens que sabia se fazer seguir e isso aparece de forma concreta em partes do Sermão do Monte: “Entrai pela porta estreita; porque larga é a porta, e espaçoso o caminho que conduz à perdição, e muitos são os que entram por ela” (Mateus 7:13). Entendemos que Jesus apresenta o caminho que seus seguidores devem seguir, caracterizando-se como um guia-pastor que sabe conduzir as “ovelhas” do rebanho.

No segundo caso, há uma relação entre aquele que é fiador do passado e é voltado para o futuro, para o destino dos homens. Jesus fala sobre o reino dos céus. Volta-se para um além, uma transcendência que revela uma voz que indica o que acontecerá no futuro: “Bem-aventurados os pobres de espírito, porque deles é o reino dos céus; Bem-aventurados os que choram, porque eles serão consolados; Bem-aventurados os mansos, porque eles herdarão a terra” (Mateus 5:3-5). Jesus assegura aos seus seguidores que, se tiverem essas atitudes apresentadas, obterão recompensas futuras, sobretudo, a promessa messiânica do reino dos céus, razão por que imprime a imagem de um guia-profeta.

O soberano é diferente do guia, mesmo que apresente semelhanças que possam ser confundidas em dados momentos (Charaudeau, 2018). Sobre essa figura, verificamos o excerto do Sermão do Monte: “Ouvistes que foi dito aos antigos: Não cometerás adultério. Eu, porém, vos digo, que qualquer que atentar numa mulher para a cobiçar, já em seu coração cometeu adultério com ela” (Mateus 5:27-28). Neste momento, o orador se posiciona como fiador de uma nova ideia, cujo sentido sobrepõe ao que era praticado até o prezado momento. Desse modo, Jesus assume a autoria dessa nova definição de adultério, acrescentando informações no que estava prescrito no sexto mandamento da Lei de Moisés, no Velho Testamento (Êxodo 20:14). A referida lei dizia apenas “Não adulterarás” e Jesus postula que se alguém apenas olhar para uma mulher com intenções impuras, já cometeu adultério com ela. Percebemos que há uma imagem de soberania jesuânica em detrimento ao que anunciou Moisés anteriormente.

A figura do comandante está associada às precedentes, entretanto, de um modo mais autoritário, agressivo. É muito comum ser uma imagem de um senhor da guerra, daquele que faz declarações em tom de ameaças (Charaudeau, 2018). Essa figura não aparece no Sermão do Monte, provavelmente, porque Jesus de Nazaré nunca foi um revolucionário político-social a ponto de incitar as pessoas contra as elites de sua época. Segundo Renan (2004 [1863], p. 167), Jesus nunca teve a intenção de tomar os lugares das elites ou dos poderosos. O objetivo e ideário de Jesus eram “aniquilar a riqueza e o poder, e não se apoderar deles. Prediz

a seus discípulos perseguições e suplícios; mas não deixa entrever uma única vez o pensamento de uma resistência armada”. Com base nessas informações, justifica-se o fato de o *ethos* de comandante não ter sido, em momento algum, suscitado pelo orador.

O *ethos* de solidariedade exige do sujeito uma participação efetiva no que concerne às necessidades dos outros. Não somente que reconheça, mas também que partilhe e se torne responsável por elas. Assim, a solidariedade diz respeito à vontade de querer estar junto, de unir-se a outras pessoas, sobretudo, quando estão ameaçadas (Charaudeau, 2018). É possível observar alguns desses aspectos na seguinte sequência do Sermão do Monte: “Concilia-te depressa com o teu adversário, enquanto estás no caminho com ele, para que não aconteça que o adversário te entregue ao juiz, e o juiz te entregue ao oficial, e te encerrem na prisão” (Mateus 5:25). Jesus mostra ao seu auditório como deve proceder diante de uma acusação. Neste ponto, o orador se mostra solidário (*eúnoia*) com o seu grupo, razão por que o interpela para que possa tomar atitudes que venham evitar uma possível prisão. Jesus cria uma imagem de alguém que é solidário, que se importa com possíveis problemas que possam atingir as pessoas de seu grupo de seguidores. Ele desperta uma ideia de que partilha dos mesmos interesses do grupo.

Compreendemos que o orador Jesus de Nazaré se utilizou de vários tipos de *ethé* de identificação. Cada um deles contribuiu para que o orador pudesse interpelar e agir persuasivamente sobre o auditório. Assim, em maior ou menor grau, constatamos que os *ethé* de potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade preconizados por Charaudeau (2018) estão inscritos no Sermão do Monte, por meio do orador Jesus, e corroboram as estratégias argumentativas, a fim de criar imagens de si que ratificam os traços de mestre, líder, profeta, ou seja, alguém capaz de conduzir um grupo de pessoas a uma nova concepção de religião. Provavelmente, sem essas imagens projetadas, a argumentação proferida por Jesus não teria conquistado a adesão que conquistou ao longo dos séculos, ao menos no Ocidente, pois o Cristianismo representa a maior religião do mundo, mesmo sendo multifacetada.

Até mesmo ainda hoje, nos leitores dos textos bíblicos, certamente essas imagens de si produzem sentidos que, de maneira contumaz, convencem e persuadem os leitores acerca das imagens positivas de Jesus, que é considerado, na religião cristã, um ser divino. Reconhecemos que os estudos retórico-discursivos carecem estudar com mais afinco os discursos religiosos e teológicos, pois acreditamos que eles têm muito a nos dizer.

### Considerações finais

Neste estudo, verificamos que Jesus recorreu aos *ethé* de credibilidade e aos *ethé* de identificação, razão pela qual conseguiu encenar sua atividade discursiva e impactar decisivamente o auditório social. Durante este percurso teórico-analítico, os *ethé* que mais chamaram atenção foram justamente os de sério, virtuoso, competente, chefe, sobretudo os de guia-supremo, guia-pastor, guia-profeta, chefe-soberano, pois acreditamos que essas categorias traduzem de forma assertiva as imagens de si criadas pelo jovem profeta galileu no Sermão do Monte. Apesar dessas imagens projetadas, Jesus, que possuía um ministério itinerante e paratípico, teve uma morte trágica por causa das ideias “revolucionárias” que

defendia na Palestina do século I. Esse fato mostra que nem todos foram persuadidos pelos *ethé* do referido orador religioso.

Como afirma Ehrman (2014, p. 59), “embora Jesus pudesse ser um bom professor, ele era uma ameaça para o estado ou, no mínimo, era um transtorno, e, portanto, o estado lidou com ele de uma maneira apropriada e severa, condenando-o à morte”. Todavia, mesmo com a morte precoce, os *ethé* que se associam a Jesus de Nazaré permanecem convencendo e persuadindo as pessoas até os dias de hoje, pois a maioria dos cristãos acredita que o jovem galileu era um mestre, profeta, pastor e até mesmo um ser divino que causava tumultos por onde passava, tendo em vista as críticas ferrenhas lançadas às autoridades da época.

Com a realização deste trabalho, é possível demonstrar que existe a possibilidade de desenvolver pesquisas em Argumentação, Retórica e Semiologia com objetos de cunho religioso e teológico, os quais se distinguem por meio de quem os enuncia. A Bíblia representa um punhado de livros históricos que podem servir de estudos para um entendimento mais consistente acerca dos modos de organização do discurso, sobretudo das artimanhas persuasivas que estão postas de maneira a convencer e a persuadir o auditório. Se esta investigação contribuir, de alguma maneira, com o preenchimento de parte da lacuna dos estudos sobre *ethos* em discursos constituintes da esfera religiosa cristã, este trabalho terá logrado êxito.

## Referências

AMOSSY, R. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. *In*: AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. E. Bini. São Paulo: Edipro, 2011.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. Tradução F. Komesu e D. Ferreira da Cruz. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.

EGGS, E. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. *In*: AMOSSY, Ruth. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

EHRMAN, B. **Jesus existiu ou não?** Rio de Janeiro: Agir, 2014.

FERREIRA, L. A. Introdução: Inteligência retórica e vocalidade: constituição e manutenção do ethos. *In*: FERREIRA, L. A. (Org.) **Inteligência retórica: o ethos**. São Paulo: Blucher, 2019, p.10-23.

MAINGUENEAU, D. A propósito do ethos. *In*: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29.

MAINGUENEAU, D. Retorno crítico à noção de ethos. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 321-330, jul.-set. 2018.

MAINGUENEAU, D. **Variações sobre o ethos**. Tradução M. Macionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2020.

MATEUS. *In: A Bíblia sagrada*. Tradução J. F. Almeida. 2. ed. Barueri/SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 1999. 896p. Velho Testamento e Novo Testamento.

MEYER, M. **A retórica**. Tradução M. N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.

REBOUL, O. **Introdução à retórica**. Tradução I. C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RENAN, E. **Vida de Jesus**. Tradução E. M. A. Martins. São Paulo: Editora Martin Claret, [1863] 2004.