ArReDia
Revista da Faculdade de Comunicação, Artes e Letras / UFGD

O *ETHOS* COMO ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA NO DISCURSO RELIGIOSO DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

Ethos *as an argumentative strategy in religious discourse of Igreja Universal do Reino de Deus*

Bárbara Amaral Silva[i]
Universidade Federal de Minas Gerais

Resumo: Tendo como base as ideias de Ruth Amossy sobre o *ethos*, procuraremos comprovar como essa prova retórica é utilizada no discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) com o intuito de gerar *Credibilidade* e *Legitimidade* e, assim, validar o que é dito frente ao público alvo. Para tanto, o *corpus* escolhido foi o livro *A Mulher V: moderna à moda antiga*, escrito por Cristiane Cardoso, filha do bispo Edir Macedo. Além disso, utilizaremos ainda Ruth Amossy quando formos abordar os estereótipos, e contaremos também com contribuições de autores da Sociologia, como Pierre Bourdieu e Michelle Perrot.

Palavras-chave: Discurso religioso. *Ethos*. Estereótipos.

Abstract: Based on the ideas of Ruth Amossy over *ethos*, we seek to prove how this rhetoric evidence is used in religious discourse of the Universal Church of the Kingdom of God (UCKG) in order to generate *Credibility* and *Legitimacy* and thus validate what is said front of the audience. Thus, the corpus chosen was the book *Woman V: modern old fashioned*, written by Cristiane Cardoso, daughter of Bishop Macedo. Furthermore, we will use Ruth Amossy's approach about stereotypes, and also count on contributions from authors of sociology, as Pierre Bourdieu and Michelle Perrot.

Keywords: Religious discourse. *Ethos*. Stereotypes.

Introdução

À luz da Análise do Discurso de linha francesa, o presente trabalho é desenvolvido com o intuito de demonstrar os recursos argumentativos utilizados no discurso religioso da Igreja Universal do Reino de Deus (doravante IURD) para atingir seu público alvo. Para tanto, será analisado o *ethos*, uma das provas argumentativas, no livro *A Mulher V: moderna à moda antiga*, de Cristiane Cardoso. Trabalharemos, então, com as noções de *ethos* prévio e *ethos* discursivo, utilizando como base teórica as ideias de Ruth Amossy que permeiam o assunto, bem como os conceitos de *Credibilidade* e *Legitimidade* propostos por Patrick Charaudeau.

Ainda é nossa intenção verificar se o livro, que se propõe moderno, como se percebe no próprio título, de fato não contribui para a propagação de papéis sociais arcaicos e estereotipados em relação às mulheres. Utilizaremos, então, a noção de estereótipo proposta por Ruth Amossy,

além de contribuições de autores da Sociologia, como Michelle Perrot, Pierre Bourdieu e outros sobre o lugar das mulheres na sociedade.

Será possível perceber, então, que todos esses aspectos trabalham juntos no intuito de convencer o leitor e de fazê-lo aderir às crenças propagadas pelo discurso religioso em questão. Em um mundo em que a religião provoca conflitos históricos e em um país que vive uma mudança de credos, já que a hegemonia católica está sendo ameaçada pelo crescente número de protestantes, dá-se a necessidade de refletir de forma mais aprofundada sobre o discurso religioso na modernidade.

A relevância da pesquisa se dá pelo fato de que a religião protestante foi a que mais cresceu nos últimos anos. Segundo dados do IBGE, no ano de 1991 as pessoas que se declaravam evangélicas constituíam 9% da população brasileira, e em 2010 este número aumentou para 22,2%. A mesma pesquisa ainda mostrou que em um ranking sobre "grupos de religião, por número de adeptos", a IURD ocupava o 9° lugar.[1] Nesse sentido, cabe aos pesquisadores analisarem essa expansão à luz de suas respectivas áreas de conhecimento, tentando compreender esse elevado crescimento. O presente trabalho, portanto, irá tecer uma análise deste discurso a fim de verificar as estratégias argumentativas utilizadas, bem como refletir sobre algumas ideias propagadas, principalmente no que diz respeito aos estereótipos.

Uma breve apresentação do corpus: *A mulher V: moderna à moda antiga*

Antes de depreendermos a análise proposta, apresentaremos de maneira resumida nosso corpus de pesquisa, o livro *A Mulher V: moderna à moda antiga*. Em primeiro lugar, vale ressaltar que a escolha do livro se deu devido ao número elevado de exemplares vendidos, o que lhe rendeu o título de *best-seller*. Segundo o próprio site da Universal, a obra ficou "em primeiro lugar no ranking dos livros mais vendidos no Brasil – na semana de 4 a 10 de março –, segundo lista publicada pelo site PublishNews..." [2]. O livro foi escrito por Cristiane Cardoso, filha do bispo Edir Macedo, fundador da IURD, e pode ser considerado um guia de como se tornar uma mulher V (mulher virtuosa).

De acordo com a autora, as mulheres de hoje são muito diferentes daquela que foi criada por Deus, elas perderam a essência feminina, só são valorizadas pela aparência e não pelo seu interior, tornaram-se fúteis e

[1] http://oglobo.globo.com/infograficos/censo-religiao
[2] http://www.universal.org

fofoqueiras, além de terem perdido seu valor perante o homem. Devido a esses "problemas" da modernidade, na visão da autora, foi necessário criar um guia por meio do qual as mulheres recuperariam o "valor" que perderam durante os anos e, assim, poderiam ser consideradas finas joias novamente, como comprova o seguinte trecho, retirado do livro, em referência bíblica: "Mulher virtuosa, quem a achará? O seu valor muito excede o de finas joias. (Provérbios 31:10)." (CARDOSO, 2011, p.19). Entretanto, a "raridade dessas joias" não pode ser comprada e só estará disponível àquelas mulheres que escolherem o "caminho da sabedoria." Esta, por sua vez, só é alcançada por aqueles que temem a Deus. Essas são as considerações iniciais do livro, apresentadas pela autora.

A obra de Cristiane Cardoso é estruturada em 22 capítulos, além da introdução, e é baseada no livro de Provérbios 31 da Bíblia, no qual são relatadas as características da mulher virtuosa. Cada um dos capítulos do livro de Cristiane retoma um versículo desses Provérbios e é nomeado segundo as virtudes dessa mulher virtuosa – como "ela é habilidosa", "ela é boa", "ela é batalhadora" etc. - e tem por objetivo mostrar, por meio de vivências da própria autora e de histórias bíblicas, comportamentos considerados recomendáveis ou não para uma "mulher de Deus". Ao final de cada capítulo, existe uma página com linhas intitulada de "minhas anotações", espaço que seria destinado às leitoras com o objetivo de que anotassem o progresso que cada uma fizesse, bem como outros comentários que achassem pertinentes.

Tendo em vista o exposto, a análise que se segue terá seu foco no *ethos* de Cristiane Cardoso e em outros recursos utilizados para validar seu discurso e persuadir as leitoras sobre seus dizeres. É necessário ressaltar de antemão que, devido às dimensões deste artigo, não pretendemos apresentar exaustivamente as teorias abordadas.

Um percurso histórico do *ethos*

O desenvolvimento da retórica teve início na Grécia, por volta do século V a.C. , com Córax, Platão e Aristóteles. Tempos depois, tais estudos tiveram continuidade na Roma antiga, em especial, com Cícero e Quintiliano. Embora diversas retóricas tenham surgido ao longo dos anos, não há como não conferir supremacia à *Retórica*, de Aristóteles, já que foi ele o grande responsável pela sistematização desse saber em torno de três eixos principais, o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. Além disso, a *Retórica*

aristotélica se tornou a principal base dos estudos contemporâneos sobre argumentação.

É necessário esclarecer que a argumentação está no bojo da retórica, mas no campo da Análise do Discurso não lidamos propriamente com este saber, e sim com sua herança. Outra ressalva ainda precisa ser feita quanto a nossa abordagem teórica. Embora saibamos da importância que cada uma das provas retóricas tem para a empreitada persuasiva, devido às dimensões deste artigo nos propomos a focalizar o *ethos*, já que cremos, também, no funcionamento independente de cada elemento da tríade aristotélica.

Aristóteles fala em *caráter moral* (196-?, p. 33), o qual estaria carregado de um duplo sentido: de um lado, ele fala sobre virtudes, como a benevolência, a prudência e a honestidade; em contrapartida, o retórico fala sobre a prova ligada ao caráter moral do orador, uma vez que "obtém-se a persuasão por efeito do caráter moral, quando o discurso procede de maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de confiança". (ARISTÓTELES, 196-?, p.33). O filósofo, em seguida, assevera ser preciso que: "este resultado [a confiança] seja obtido pelo discurso sem que intervenha qualquer preconceito favorável ao caráter do orador." (ARISTÓTELES, 196-?, p.33). Sendo assim, Aristóteles já deixa claro que o caráter é percebido no discurso e não fora dele, como é comprovado posteriormente em sua *Retórica* ao afirmar que "se o orador emprega as palavras que são próprias da disposição, exprimirá o caráter. Pois um rústico e uma pessoa culta não podem empregar as mesmas palavras nem da mesma maneira." (ARISTÓTELES, 196-?, p. 187).

Na contramão deste pensamento, para os romanos, a exemplo de Isócrates, o *ethos* seria uma construção social, "um dado preexistente fundado na autoridade individual e institucional do orador (sua reputação, seu estatuto social etc.)." (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 220). Isto se explica, conforme Lima (2009, p. 59-60), porque "o mais importante no período republicano era o status social do sujeito – seu posicionamento na hierarquia dos valores econômicos e morais – antes de qualquer construção discursiva." (grifo da autora). Nesse sentido, a imagem prévia do orador era baseada cabalmente em sua classe e função social.

Para a Sociologia, especificamente para Pierre Bourdieu, o *ethos* se manifesta a partir da "eficácia simbólica das palavras [que] só se efetiva quando aquele que a sofre reconhece aquele que a exerce como capacitado

a exercê-la" (BOURDIEU, 1982 *apud* AMOSSY, 2011, p.121)[3], comprovando que o social seria, portanto, mais relevante que o discursivo. O sociólogo, ao falar sobre o poder das palavras, ainda reforça a ideia de que esse poder é advindo da crença na legitimidade daquele que a pronuncia, "crença cuja produção não é da competência das palavras". (BOURDIEU, 2012, p. 15).

Nos estudos mais recentes no campo da linguagem, como explica Amossy (2011), foi Émile Benveniste que colocou em primeiro lugar as instâncias, ou as figuras, necessárias para instaurar a enunciação. A partir dessa ideia, Benveniste introduziu a noção de quadro figurativo que, em seguida, foi aperfeiçoado por Kerbrat-Orecchioni, ampliando o jogo de espelhos. Erving Goffman também fez um estudo sobre as impressões que uma pessoa passa à outra durante a interação. Mas a palavra *ethos* apareceu somente nos trabalhos de Oswald Ducrot sobre a teoria polifônica da enunciação, na qual foi relacionado ao *Locutor*, aquele que, investido de certos caracteres, torna a enunciação aceitável ou não.

Finalmente, na área da Análise do Discurso, foi Dominique Maingueneau que retomou a noção retórica de *ethos* e, ancorando-a ao seu conceito de *cena de enunciação*, atribuiu à prova retórica um *tom*, um *caráter* e uma *corporalidade*. Maingueneau ainda relacionou o *ethos* aos estereótipos, "um arsenal de representações coletivas que determinam, parcialmente, a apresentação de si e sua eficácia em uma determinada cultura". (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 221). Nesse sentido, é possível dizer que o *ethos* discursivo mantém uma ligação com a imagem prévia que é feita do orador antes mesmo que este fale, o que caracterizaria aquilo que Maingueneau chamou de *ethos* pré-discursivo. Esta mesma concepção é corroborada por Ruth Amossy que prefere utilizar a terminologia *ethos* prévio.

Outro analista do discurso que relacionou o *ethos* aos estereótipos foi Charaudeau, ao apresentar sua ideia sobre o *ethos* coletivo. Sobre a proposta de Charaudeau, Lima (2009, p. 61) explica que:

> [...] a partir do momento em que o *ethos* está relacionado às representações sociais, ele pode estar ligado aos indivíduos e também a grupos, a ponto de refletir uma visão global. A partir disso é possível pensar em um *ethos* coletivo, concernente a um grupo e em um *ethos* individual, relacionado a um sujeito apenas. Os estereótipos podem nos levar a pensar, por exemplo, em um *ethos* coletivo para homens que os tomaria como mais

[3] BOURDIEU, Pierre. *Ce que parler veut dire: L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard, 1982.

> discretos e outro para mulheres, segundo o qual elas seriam tagarelas. (grifo da autora).

Como foi verificado, existem várias concepções sobre o *ethos* e uma problemática que permanece desde a antiguidade: enquanto alguns pesquisadores acreditam na dimensão sociológica do *ethos*, outros creem em sua construção discursiva. Devido à existência de pontos de vistas conflitantes, é necessário deixar claro que neste trabalho abordaremos, especificamente, a concepção de Ruth Amossy sobre o assunto. Nesse sentido, podemos dizer que cremos na ideia de que as imagens de si são ao mesmo tempo uma construção linguageira e social. Sobre o *ethos*, Amossy esclarece que:

> Parece, portanto, que a eficácia da palavra não é puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguageira). Ela acontece simultaneamente em diferentes níveis. Não se pode separar o ethos discursivo da posição institucional do locutor, nem dissociar totalmente a interlocução da interação social como troca simbólica (no sentido de Bourdieu) (AMOSSY, 2011, p. 136).

Valer-nos-emos, então, dos conceitos de *ethos* prévio e *ethos* discursivo. Ruth Amossy também relaciona o *ethos* aos estereótipos, uma vez que para que o *ethos* do locutor seja aceito pelo auditório é necessário seu reconhecimento em uma *doxa*, ou seja, sua construção deve ser baseada em representações sociais partilhadas. Sobre isso, Amossy afirma que:

> A estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado. Assim, a comunidade avalia e percebe o indivíduo segundo um modelo pré-construído da categoria por ela difundida e no interior da qual ela o classifica (AMOSSY, 2011, p. 125-126).

Nesse sentido, o locutor deve enquadrar seu dizer e sua maneira de dizer naquilo que o auditório já espera dele, por exemplo, devido à sua posição social e profissional, ou seja, o locutor deve ser reconhecido em um estereótipo. "Esse estereótipo se deixa apreender tanto no nível da enunciação (um modo de dizer) quanto no do enunciado (conteúdos, temas)" (AMOSSY, 2011, p. 137).

Se, por acaso, o locutor apresentar um *ethos* prévio ineficiente ou inadequado para seus objetivos persuasivos é possível tentar construir discursivamente uma imagem de si mais positiva e eficaz. Em seguida,

veremos a relevância da noção de estereótipo na argumentação, uma vez que em nosso *corpus* perceberemos que Cristiane Cardoso procura construir sobre si mesma o estereótipo da mulher virtuosa, ou seja, procura construir uma imagem que já é aceita e valorizada pelas mulheres religiosas leitoras do seu livro de autoajuda, o que garantiria maior credibilidade a seu discurso.

Embora o estereótipo possa ser eficaz argumentativamente, ele também pode ser redutor, ao determinar que certo indivíduo detenha certa característica por fazer parte de um grupo em que a maioria carrega aquela característica. Seria como dizer que todo brasileiro gosta de futebol ou que todo brasileiro sabe sambar. Nesse sentido, abordaremos a questão dos estereótipos propagados no livro. Percebemos que, ao contrário do que se propõe, o livro não traz muitas ideias modernas, antes reforça a reprodução de reflexões ultrapassadas acerca do papel da mulher e do homem na sociedade. Aproveitaremos do caráter interdisciplinar da Análise do Discurso e recorreremos às contribuições de Michelle Perrot e Pierre Bourdieu que permeiam o assunto.

O estudo do ethos

A análise que se segue será feita levando-se em consideração a definição contemporânea de *ethos*, aquela que concilia a Sociologia e a pragmática, ou seja, que mescla o social e o discursivo. Esta análise começará com o estudo do *ethos* prévio, e tentaremos mostrar como esta noção se aplica ao foco da pesquisa. Posteriormente, passaremos à análise do *ethos* discursivo (dito e mostrado) e verificaremos que a imagem de si é fundamental para a *Credibilidade* e a *Legitimidade* do locutor.

Em seu projeto sobre o *ethos*, Amossy o relaciona ao fenômeno de estereotipagem, afirmando que para que a imagem de si do orador seja/pareça legítima é necessário que seja assumida em uma *doxa*. Dessa forma, o *ethos* prévio é construído a partir da *doxa* que o auditório possui do orador antes que ele enuncie, isto é, corresponde à opinião e à reputação do orador perante seu auditório. No caso em análise, trata-se do *ethos* prévio de Cristiane Cardoso, que poderia se enquadrar no estereótipo da mulher V e ser visto de forma totalmente positiva se não fosse pelo histórico conturbado de seu pai. Vejamos primeiro um pouco de sua história.

Segundo informações retiradas do site da autora[4], Cristiane Cardoso foi criada desde cedo em uma família religiosa e que, portanto, seguia os costumes repassados pela igreja - a igreja à qual faço referência é a IURD - exemplo disso foi o fato de Cristiane Cardoso ter se casado com seu primeiro namorado. Isso nos remete à pureza que a mulher deve ter, segundo a tradição religiosa, para se casar e o que nos leva a pensar que ela, moça, na época, tenha se casado virgem, o que é um fato importante para a religião, contribuindo para a criação do *ethos* prévio de uma mulher pura e uma imagem de si positiva.

Cristiane Cardoso ainda foi muito participativa na criação de igrejas no Brasil e também no exterior, mostrando como sua vida esteve ligada à propagação da fé. A família abriu igrejas em Nova York, Miami, Inglaterra e, até mesmo em Cape Town, uma cidade da África do Sul. Toda essa trajetória de abrir igrejas e conquistar a fé das pessoas no mundo inteiro nos faz criar alguns *ethé* prévios, como: de uma mulher batalhadora, guerreira, esforçada, disciplinada, que vai em busca das oportunidades, que é habilidosa, uma vez que consegue conciliar seu papel de esposa e mãe com o de uma mulher de negócios etc..

A autora ainda publicou o livro *Melhor do que Comprar Sapatos*, que se tornou um *best-seller* no Brasil. Além disso, em 2007, ela e mais três amigas começaram a fazer um programa ao vivo no canal internacional para o público português de Londres, entretanto Cristiane Cardoso não está mais no comando porque decidiu se dedicar a abrir uma igreja no Texas. E para terminar suas realizações profissionais, ela criou o *Godllywood*, um grupo em que estão incluídos outros três: *Pré-Sisterhood, Sisterhood* e Mulher-V. O objetivo desses grupos é recrutar mulheres de diferentes faixas etárias a fim de transformá-las em "mulheres de Deus".

Considerando esse percurso, é possível perceber que, desde nova, a autora viveu para servir a Deus e para espalhar sua fé por todo o mundo. Toda essa trajetória "do bem" nos faz concluir que ela cria o *ethos* prévio de uma "mulher de Deus", o *ethos* da mulher V. Neste ponto, é preciso ressaltar que se o *ethos* prévio fosse construído somente a partir da imagem da própria pessoa, neste caso de Cristiane Cardoso, ela seria sempre vista de forma positiva, pois os *ethé* criados previamente por sua posição institucional e pelo histórico que acabamos de ver são aqueles valorizados por seu público alvo, os religiosos evangélicos da IURD. Entretanto, o *ethos* prévio do orador engloba também a reputação de sua

[4] http://www.cristianecardoso.com/pt/

família, o que, neste caso, não é tão positiva assim. É isso que será demonstrado a seguir.

Em 11/08/09, na página do Jornal Nacional, no site da Globo, foi publicada uma reportagem que mostrava uma denúncia contra o bispo Edir Macedo, por lavagem de dinheiro. Esse bispo é um dos líderes e fundadores da IURD, é também pai de Cristiane Cardoso. Na época, o bispo estava sendo acusado de desviar dinheiro de doações em benefício próprio. Segue um trecho da reportagem publicada: "a atuação da quadrilha não conheceu limites. Seus integrantes se utilizaram da Igreja Universal do Reino de Deus para a prática de fraudes em detrimento da própria igreja e de inúmeros fiéis"[5].

De acordo com as investigações, o dinheiro desviado foi usado para comprar a TV Record, aviões etc.. Todas essas acusações foram ilustradas na reportagem com um vídeo de Edir Macedo em 2005 mostrando a outros pastores como conseguir dinheiro dos fiéis. Segue um trecho transcrito do vídeo retirado do site da Globo:

> -Você tem que chegar e se impor. Ô, pessoal, você vai ajudar agora na obra de Deus. Se você quiser ajudar, bem, se você não quiser ajudar, Deus vai me dar outra pessoa pra ajudar. Amém. Entendeu como é? Se quiser ajudar, bem, se não quiser, que se dane! É dá ou desce! Entendeu como é que é? Nunca pode ter vergonha ou timidez. Peça, peça, peça. Se tem um que não dê, vai ter um montão que vai dar. [6]

Esse histórico conturbado do bispo, pai de Cristiane Cardoso, pode mudar o *ethos* prévio dela, de mulher virtuosa, para mercenária, desonesta, corrupta etc.. É neste ponto que se faz a importância do *ethos* discursivo[7], uma vez que é a partir dele que o *ethos* prévio pode ser confirmado ou modificado. No caso da autora, veremos que ela tentará reforçar os *ethé* considerados positivos dentro da *doxa* construída por seu público alvo, afirmando em sua própria pessoa as representações sociais da mulher virtuosa. Da mesma forma, ela tentará apagar a parte negativa de sua imagem pública, uma vez que esta poderia diminuir a eficácia de seus argumentos.

[5] http://jornalnacional.globo.com

[6] http://jornalnacional.globo.com

[7] l'image que le locuteur construit, délibérément ou non , *dans son discours*, qui constitue un composant de la force illocutoire. Nous sommes là sur le plan de l'ethos discursif; por em rendre compte, les sciences du langage offrent des instruments précieux. (AMOSSY, 2010, p. 69).(Grifo da autora).

Partiremos agora para a análise do *ethos* discursivo dito, que corresponde àquilo que o orador diz de si mesmo. Para isso, serão utilizados trechos do livro *A Mulher V: moderna à moda antiga*, nos quais Cristiane Cardoso fala sobre si, mostrando, então, os *ethé* que ela tenta – mas não necessariamente consegue – apresentar sobre sua pessoa. Como veremos, a autora tenta construir um *ethos* da mulher virtuosa, isso pode ser percebido pelos inúmeros trechos em que ela recorre a experiências da própria vida para ilustrar o que foi dito sobre a mulher V. Essa estratégia argumentativa de comparar suas experiências/características com as da mulher V seria uma tentativa de se autolegitimar. É isso que ressalta Plantin (2008, p.114): "Em situação argumentativa, frequentemente se espera que os locutores valorizem sua própria pessoa, a fim de se autolegitimar", dessa maneira o locutor ganha autoridade para enunciar.

A primeira ocorrência dessa estratégia em nosso *corpus* aparece quando a autora diz que a mulher virtuosa é boa "independentemente de quem seja bom ou não" (CARDOSO, 2011, p.59). Ela diz, então, que muitas esposas só fazem bem aos seus maridos quando eles já fizeram algo bom para elas, e que isso normalmente gera problemas. Nesse momento do livro, Cristiane Cardoso recorre ao seu próprio exemplo para mostrar como essa situação pode mudar, o que é notado no seguinte trecho: "**Sei exatamente** como elas se sentem porque passei por isso no início do meu casamento e, assim como elas, sempre reclamava de algo que meu marido não havia feito por mim."(CARDOSO, 2011, p. 59-60) (Grifo nosso). Após desenvolver um pouco mais a ideia, a autora diz que "reclamar (…) não muda as coisas" (CARDOSO, 2011, p.61), e que as mulheres é que devem parar de pensar somente nas suas necessidades e pensar nas necessidades de seus maridos também. Foi isso que a autora fez, segundo o trecho "Parei de exigir que ele me agradasse e passei a suprir as necessidades dele" (CARDOSO, 2011, p.62), e a autora continua: "Eu mudei e, então, ele mudou"(CARDOSO, 2011, p.62).

Com esses exemplos retirados de suas vivências, Cristiane Cardoso constrói o *ethos* dito da mulher boa, ou seja, indiretamente ela diz que é boa e começa a apresentar o *ethos* da mulher V, que é boa também. No trecho anterior destacado em negrito, ela ainda constrói o *ethos* de quem sabe do que fala, de especialista, pois já passou por uma situação semelhante à qual descreve. Já no trecho seguinte: "Sejamos sinceras: com algumas poucas exceções, as mulheres gostam de gastar!" (CARDOSO, 2011, p.36), ela afirma ser sincera, apresentando o *ethos* de sinceridade.

No capítulo intitulado "Ela dá um jeito" (CARDOSO, 2011, p.85-96), a autora discorre sobre o fato de que, mesmo com poucos recursos, a mulher virtuosa dá um jeito de cuidar de sua família. Ela expande essa ideia de "dar um jeito" como sendo a perseguição de um objetivo, qualquer que seja ele, e novamente faz menção à sua própria vida para mostrar como conseguiu concretizar seu grande sonho de fazer a diferença no mundo. O problema para ela conseguir realizar esse sonho era que, por ser muito tímida, não conseguia falar em público, ela, então, orou a Deus para que Ele lhe ajudasse e, depois disso, nas palavras dela: "comecei a abrir minha boca. Eu ficava corada, meus olhos se enchiam de lágrimas…" (CARDOSO, 2011, p.88) e continua "fui me acostumando e Deus encontrou uma maneira de responder à minha oração. Primeiro, dei o meu jeito; e, então, Deus deu o jeito dEle." (CARDOSO, 2011, p.90). Com esses trechos, percebemos que mais uma vez a autora usou acontecimentos de sua vida para construir seu *ethos* de mulher virtuosa, nesse caso ela constrói o *ethos* da mulher que dá um jeito, que resolve as coisas.

Outra característica da mulher V e que nomeia um dos capítulos do livro é que "ela vai em busca das oportunidades" (CARDOSO, 2011, p. 113-122). Após refletir sobre o assunto, a autora mostra como ela também corre atrás de oportunidades e conta que, em 2007, ao ser transferida junto com o seu marido para o Texas, resolveu iniciar um grupo jovem ativo na igreja. Observe no trecho a seguir como ela passa a ideia de que as conquistas foram feitas com muito esforço, produzindo, indiretamente, um *ethos* de uma mulher batalhadora, disciplinada, criativa etc., todas essas características que também são reconhecidas na mulher V. Observe o trecho:

> Começar um grupo jovem não é nada fácil […]. As reuniões com os jovens nos causavam cansaço mental, principalmente porque mal víamos o resultado de nosso trabalho. Mas não desistimos. Começamos a buscar ideias em outros líderes de grupo jovem, passamos a ser criativos… (CARDOSO, 2011, p.116).

Vimos nestes exemplos que Cristiane Cardoso apresenta várias imagens de si atreladas às suas vivências. A autora nem sempre diz "eu sou isto/ eu não sou aquilo", ela diz indiretamente quem é, tentando sempre reforçar os *ethé* da mulher virtuosa em si mesma e se enquadrar em um estereótipo valorizado por seu auditório. Como constatamos, ela constrói em si própria os *ethé* de mulher boa, especialista no que diz, sincera, batalhadora, disciplinada etc., características valorizadas dentro

da *doxa* em que a autora se insere e, como veremos a seguir, tudo isso contribuirá para dar *Credibilidade* e *Legitimidade*[8] a ela. Mas, primeiramente, partiremos à análise do *ethos* discursivo mostrado, ou seja, aquele que percebemos a partir das marcas linguístico-discursivas deixadas no texto.

Como veremos neste primeiro exemplo, Cristiane Cardoso tenta construir o *ethos* mostrado de alguém amigo e que só quer o melhor para as pessoas. Observe o trecho seguinte correspondente a uma conversa em que Cardoso aconselha um pessoa: "achava que ele não a amava o suficiente para conviver com todas as suas responsabilidades fora de casa, **mas tive de lhe dizer a verdade**..." (CARDOSO, 2011, p.46) (Grifo nosso). Analisando a parte do trecho em destaque, percebemos que, ao utilizar o verbo "tive", a autora transmite a ideia de quem não queria dizer a verdade, talvez porque a verdade não fosse boa, mas, por querer somente o bem daquela pessoa, ela "teve" de lhe dizer a verdade. Dessa forma, Cristiane Cardoso tenta construir o *ethos* de amiga, que diz o que for melhor para o outro, mesmo que não seja o que o outro quer ouvir. É função de uma amiga ser verdadeira.

Ainda levando em consideração o trecho anterior em negrito, percebemos que a palavra "verdade" é utilizada, e que, dessa forma, mais uma vez, a autora reafirma o *ethos* de especialista, de quem sabe o que diz, de quem sabe qual é a "verdade". O mesmo acontece no seguinte trecho: "muitas mulheres não entendem o que significa a verdadeira amizade. Pensam que é ter alguém com quem conversar, alguém com quem desabafar (.....) mas, **na verdade** é exatamente o contrário...."(CARDOSO, 2011, p.52) (Grifo nosso). Novamente percebemos que ela constrói em si o *ethos* de quem sabe, de quem sabe "a verdade".

Ao mesmo tempo em que apresenta esses *ethé*, ela constrói sua *legitimidade* pelo seu discurso. Segundo Charaudeau, "as estratégias de legitimação visam a determinar a posição de autoridade que permite ao sujeito tomar a palavra" (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p.295). Ainda segundo o mesmo autor, a autoridade passa por duas construções, uma delas é a autoridade institucional, que, em nosso caso,

[8] A noção de legitimação pode ser utilizada para significar que o sujeito falante entra em um processo de discurso, que deve conduzir a que reconheça que tem direito à palavra e legitimidade para dizer o que diz. Essa legitimidade pode derivar tanto de uma situação de fato (como em uma conversação amigável, na qual too locutor, por definição, tem direito – sob certas condições conversacionais – de falar), quanto do lugar que lhe é dado por uma instituição qualquer (como quando um professor fala na sala de aula, ou quando uma personalidade política faz uma declaração na televisão). Mas é possível também que ele tenha necessidade de construir uma posição de legitimidade aos olhos do seu interlocutor. (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2008, p. 295).

diz respeito a uma palestrante da IURD. A outra construção seria a autoridade pessoal, esta sim é construída no discurso de Cristiane Cardoso, uma vez que ela, ao se comparar à mulher virtuosa, ganha a legitimação do seu público alvo, que valoriza esta figura. Com isso, a autora conquista, também, a *credibilidade*, ou seja, ela ganha o direito de fala e ainda faz crer que o que ela fala é verdade. Dessa forma, provavelmente, Cristiane Cardoso consegue adesão de seu público às suas ideias, algumas das quais serão mostradas na parte em que retomaremos os estereótipos.

Ainda é relevante destacar que, embora haja grande esforço por parte da autora para construir os *ethé* positivos já mencionados, para os leitores mais atentos, ou mais críticos, essa estratégia pode não ser tão eficaz, uma vez que em seu discurso aparecem inúmeras contradições, como será mostrado a seguir. Uma dessas contradições ocorre quando a autora diz respeito aos sentimentos. Observe os seguintes trechos:

> 1. Se você dá ouvidos ao seu coração, toma decisões baseadas no que sente. (CARDOSO, 2011, p.71).
> 2. [....] se você tem o hábito de viver pelo que sente, você tem um problema. (CARDOSO, 2011, p.71)
> 3. [...] quantas não são as pessoas que fazem de tudo para ajudar instituições de caridade e **vítimas de desastres**, contudo nem percebem a **dor nos olhos** de seu colega de trabalho ou o **olhar perdido** estampado no rosto de seu filho? (CAROSO, 2011, p.165) (Grifos nossos).

Repare que nos trechos 1 e 2 Cristiane Cardoso critica fortemente o uso das emoções no cotidiano e na hora de tomar decisões, chegando a afirmar que isso é um problema. A problemática das emoções aparece frequentemente no discurso religioso, de maneira geral este discurso dá a entender que a natureza da mulher é emocionalmente afetada. Desde o mito de Adão e Eva, a mulher se deixou ser levada pelas emoções, ela se deixou levar pela sedução da serpente, o que culminou com a grande queda e o pecado original. Desde então, as emoções foram condenadas e a mulher foi vista como naturalmente desequilibrada, o que fez com que o homem permanecesse no controle. O mito criou discursivamente um hábito e um comportamento, naturalizando a supremacia do homem e o patriarcado.

Este modo de ver as emoções foi/é reproduzido há muito tempo, embora haja um movimento contemporâneo já em direção oposta, a exemplo de Amossy, Charaudeau e Plantin, que acreditam na existência de um componente racional nas emoções. Entretanto, nas mais

importantes retóricas clássicas, as quais destacamos inicialmente, podemos encontrar severas críticas quando o assunto é o *pathos*, a exemplo de Aristóteles, que afirmou:

> Ora, as paixões são as causas que introduzem mudanças em nossos juízos, e que são seguidas de pena e de prazer; tais são a cólera, a compaixão, o temor e todas as outras emoções semelhantes, bem como seus contrários. (ARISTÓTELES, 196-?, p. 97).

Apesar de condenar o uso das emoções, Cristiane Cardoso se utiliza delas para persuadir seu auditório. No trecho 3 apresentado, a autora se vale de palavras do campo semântico das emoções, ou seja, daquilo que Plantin (2010, p. 63) chama de "designação indireta das emoções", as quais podem ser reconstruídas sobre a base de indícios linguísticos, como aquelas anteriormente destacadas em negrito, para convencer o leitor de seu ponto de vista. Quando a autora fala em "vítimas de desastres", "dor nos olhos" e "olhar perdido", podemos construir/inferir algumas emoções, tais como a /tristeza/[9]. Ao fazer constante uso das emoções, o leitor mais atento pode criar *ethé* contrários àqueles valorizados anteriormente. Sendo assim, Cristiane Cardoso pode transmitir a ideia de alguém que é ilegítimo, uma vez que fala uma coisa, mas faz outra, ou pode ainda indiretamente construir o *ethos* de alguém que não sabe o que diz, pois é contraditória em seu próprio dizer. Como vimos, a autora se utiliza de várias estratégias argumentativas para tentar persuadir seu público alvo, entretanto isso pode não ocorrer. Veremos agora algumas das ideias sobre as mulheres que a autora consegue transmitir àquelas leitoras menos críticas e que aderem a tudo o que lhes for dito no livro.

A mulher à moda antiga

Agora que constatamos que Cristiane Cardoso possivelmente conseguiu a credibilidade necessária para propagar suas crenças devido às imagens de si erigidas, veremos os estereótipos acerca das mulheres transmitidos por ela em seu livro. Para tanto, apresentaremos uma análise feita a partir do capítulo intitulado: "Ela é habilidosa" (CARDOSO, 2011, p.151-163). Nesse capítulo é estabelecida uma ligação imediata entre a mulher e seu "talento nato" para ser dona de casa, como será visto em

[9] Como explica Plantin, "Como convenção, para assinalar que se trata de uma emoção reconstruída, escreveremos o termo de emoção entre barras oblíquas: /medo/, /vergonha/ etc." (PLANTIN, 2010, p.63).

alguns trechos citados posteriormente, contribuindo, dessa forma, para a delimitação de papéis sociais e a propagação de estereótipos. Antes de iniciarmos a análise propriamente dita, teceremos breves considerações a respeito dos estereótipos.

Em sua obra *Stéréotypes et clichés* (1997), Amossy reflete sobre as noções de estereótipos e clichês, assim como sobre outros termos correlatos, e apresenta as diferentes abordagens conferidas a esses termos por diversos campos do saber. Com o intuito de dar continuidade à proposta deste trabalho, retomaremos a abordagem das Ciências Sociais e da Psicologia Social para que possamos refletir sobre as possíveis funções que os estereótipos desempenham em uma sociedade.

Amossy (1997) explica que a noção de estereótipo com o sentido de esquema ou de fórmula fixa só foi aparecer como objeto de estudo das Ciências Sociais por volta dos anos de 1920, quando o publicista americano Walter Lippman utilizou o termo em uma de suas obras. Ele designou por esse termo as imagens que estão em nossa mente e que interferem em nossa relação com o real, as quais dizem respeito a esquemas culturais preexistentes que filtram dada realidade. A partir daí, o estereótipo se tornou objeto de inúmeros estudos, dentro dos quais estavam os da Psicologia Social, que, por sua vez, ressaltaram seu caráter possivelmente redutor e nocivo.

Outro aspecto levantado por Amossy (1997) sobre o tema diz respeito ao fato de que nem sempre o estereótipo corresponde à realidade, ela cita o caso de uma comunidade da Guatemala que via os judeus como assassinos de Cristo, os quais, por isso, foram associados ao diabo em cultos locais. O mais curioso neste exemplo é que aquela comunidade nunca havia entrado em contato com judeus. A pesquisadora explica, então, que em muitos casos a construção dos imaginários é favorecida pelas mídias, imprensa e literatura de massa, as quais nem sempre refletem a realidade de determinado grupo, e ainda adverte quanto ao impacto dessas representações, trazendo à tona o estereótipo da mulher:

> L'image de la femme, qui a fait l'objet de nombreuses investigations, est exemplaire à cet égard. Des études ont été consacrée aux images traditionnelles de la femme comme mère, ménagère ou objet esthétique que divulguent les annonces puclicitaires télévisées, ou encore à la relation qui s'établit entre

> le temps passé par les enfants à regarder la télévision et leur intériorisation des stéréotypes sexuels dominants.[10]

Para a autora, e também para nós, isso mostra claramente que a visão que se tem de um grupo é o resultado de um contato repetitivo com essas representações construídas das mais diversas maneiras, por exemplo, a partir das mídias. Por fim, o estereótipo é fruto de um aprendizado social e aparece como instrumento de legitimação de desigualdades, a exemplo da própria relação de gêneros. Embora muitas mulheres trabalhem fora de casa e se sustentem financeiramente sozinhas, ainda vemos com frequência a mulher sendo associada apenas ao ambiente doméstico, a exemplo do nosso *corpus*. Neste trabalho, o problema destacado é a tendência em reduzir o papel social da mulher como sendo "apenas" o de uma dona de casa, aquela que preza pelo lar e pela família. Como explica (PERROT, 2007, p.83),

> as grandes religiões monoteístas fizeram da diferença dos sexos e da desigualdade de valor entre eles um de seus fundamentos. A hierarquia do masculino e do feminino lhes parece da ordem de uma Natureza criada por Deus.

O *corpus* analisado propaga o discurso do patriarcado e, portanto, a submissão das mulheres em relação aos homens. Devido a discursos como este, as pessoas tendem a aceitar como criação de Deus os papéis sociais de cada sexo, sendo da mulher o papel de dona de casa e cuidadora. Seguem alguns trechos do livro de Cristiane Cardoso que ilustram o papel da mulher na perspectiva desta religião:

> • Esse [o talento doméstico] é um talento exclusivo da mulher [...] (CARDOSO, 2011, p.152).
> • E não é nem porque tenha se esforçado muito, mas porque está no seu sangue. Para ela, ser dona de casa é um talento nato, ou seja, nasceu com ela (CARDOSO, 2011, p.153).
> • Se você acha que não tem talento algum, então saiba que tem pelo menos um, que é o mesmo que todas as mulheres do mundo têm – você é uma talentosa dona de casa. (CARDOSO, 2011, p. 159).

O que sabemos é que esse tipo de visão não tem comprovação científica e essa ideia foi construída socialmente ao longo dos anos e é

[10] Tradução livre da autora: "A imagem da mulher, que tem sido objeto de numerosas investigações, é exemplar a este respeito. Estudos têm se dedicado a imagens tradicionais da mulher como mãe, dona de casa ou objeto estético que divulga anúncios publicitários televisivos, ou ainda à relação que se desenvolve entre o tempo gasto pelas crianças assistindo televisão e a internalização dos estereótipos sexuais dominantes.".

reproduzida pelo discurso religioso. Outro trecho deixa claro também qual é o papel do homem: "Passe essas responsabilidades [as responsabilidades da casa] aos homens e você vai testemunhar uma verdadeira batalha masculina" (CARDOSO, 2011, p.155 – 156). Novamente, percebemos uma contradição nos dizeres da autora que, logo em seguida afirma que "as habilidades devem ser desenvolvidas" (CARDOSO, 2011, p.157). Dessa maneira, assim como as mulheres não nascem sabendo cuidar de uma casa ou da família, como a própria autora diz, um homem que também se esforçasse em aprender certas tarefas poderia obter sucesso.

Embora o livro de Cristiane Cardoso se autodenomine moderno, como se percebe no próprio título, ele contribui para a propagação de papéis sociais arcaicos e estereotipados em relação às mulheres e aos homens, como procuramos demonstrar em nossa análise. Pierre Bourdieu já nos alertava para essa problemática quando se referia ao que ele chamou de *poder simbólico*, um poder invisível que age a partir de *sistemas simbólicos*, estes que:

> cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a 'domesticação dos dominados'. (BOURDIEU, 2012, p. 11).

No *corpus* aqui trabalhado, procuramos verificar que a dominação diz respeito àquela empreendida pelos homens sobre as mulheres, e que o livro de autoajuda em questão contribuiria para a domesticação das mulheres, para que elas continuassem submissas aos homens. A submissão neste livro religioso é apontada como algo criado por Deus e, dessa forma, naturalizada, o que também é possível relacionar a Bourdieu quando ele discorre que o poder simbólico "só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário". (BOUDIEU, 2012, p.14) (Grifo do autor). Sendo assim, essa naturalização faria com que a arbitrariedade não fosse percebida, garantindo então a violência simbólica.

Considerações finais

A partir da análise realizada foi possível perceber a utilização do *ethos* como estratégia argumentativa. Vimos que Cristiane Cardoso constrói em si mesma a imagem da mulher V, imagem já valorizada por

seu público alvo, o qual lhe confere, então, *Credibilidade* ao tomar a palavra. O poder de verdade que sua palavra adquire torna seus dizeres mais propensos à aceitação de seu público, conseguindo, dessa maneira, inculcar certas condutas relativas aos gêneros. A obra de Cristiane Cardoso, apesar de se afirmar moderna, como constatado, reproduz estereótipos arcaicos sobre os homens e as mulheres. É notável que apesar da inclusão da mulher no mercado de trabalho ainda exista uma "persistência da repartição dos papéis sexuais no teatro cotidiano" (PERROT, 2007, p.119). E como foi verificado acima, a igreja é uma das responsáveis por continuar propagando esse tipo de separação entre homens e mulheres, definindo seus papéis sociais e estereótipos. Bourdieu concorda com essa ideia quando afirma que: "O trabalho de reprodução (da ordem dos gêneros) esteve garantido ate época recente por três instâncias principais, a Família, a Igreja e a Escola." (BOURDIEU, 2011, p.103).

Fazer com que a mulher fique em casa executando as tarefas que supostamente Deus as instruiu seria, então, uma maneira que as igrejas defensoras desse discurso encontraram para impedir ou dificultar o acesso delas ao saber, ao fruto proibido, para que não cometam novos pecados, assim como Eva. Na sociedade, essas ideias são disseminadas e assimiladas pelas pessoas, que passam a agir como tal. Muitos homens não realizam tarefas domésticas por considerarem que aquilo, de alguma forma, poderia afetar sua masculinidade e sua sexualidade. Da mesma maneira que construímos imagens dos outros a partir das categorias nas quais eles se encaixam, a imagem que o indivíduo faz dele mesmo também é mediada por seu enquadramento em certos grupos. Sendo assim, um homem não gostaria de perder seu lugar no grupo dos homens caso resolvesse realizar tarefas domésticas.

Alguns fatores são capazes de provocar alterações em estereótipos, tais como conflitos armados e problemas econômicos. Amossy (1997) cita o estudo feito no campo da Psicologia Social comparando o estereótipo dos japoneses antes e depois do ataque a Pearl Harbor. O resultado foi que no início da década de 1930 os americanos consideravam os japoneses muito inteligentes e trabalhadores, entretanto, após o ataque à base norte-americana, outra pesquisa constatou que a imagem dos japoneses frente aos americanos era a de um povo enganador, tratante, cruel e nacionalista. Acreditamos que mais relevante ainda para a mudança de um estereótipo seria a mudança nos discursos circulantes, o que, entretanto, dependeria do interesse das mídias e das instituições.

Por fim, é necessário ressaltar que a análise aqui desenvolvida não teve como intenção adquirir caráter de luta social e menos ainda pretendeu propor uma solução para o problema abordado. O que apresentamos foi uma reflexão sobre as estratégias discursivas utilizadas para conseguir a adesão do leitor ao que está sendo dito, e nisto estaria incluída principalmente a questão dos estereótipos. Entretanto, não podemos dizer que a análise é ingênua e, portanto, corroboramos com estudiosos da Análise do Discurso Crítica quando afirmam que "questões sociais são, em parte, questões de discurso" (CHOULIARAKI e FAIRCLOUGH, 1999, p. vii), de maneira que consideramos socialmente relevante a reflexão proposta.

Referências

AMOSSY, Ruth. *L'argumentation dans le dicours*. Paris: Armand Colin, 2010.

_____. *Stéréotypes et Clichés*. Paris: Éditions Nathan, 1997.

_____. O ethos na intersecção das disciplinas : retórica, pragmática, Sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth (org). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 119-144.

ARISTÓTELES. *Arte Retórica. Arte Poética*. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. Ediouro, 196-?.

Bispo Edir Macedo é indiciado por lavagem de dinheiro. Disponível em: http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1263480-10406,00-BISPO+EDIR+MACEDO+E+INDICIADO+POR+LAVAGEM+DE+DINHEIRO.html Acesso em 08, Jan 2014.

BOURDIEU. Pierre. *A dominação masculina*. Trad. Maria Helena Kuhner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

_____. *O poder simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CARDOSO, Cristiane. *A Mulher V: moderna, à moda antiga*. Rio de Janeiro: Unipro, 2011.

Censo: o perfil religioso do país. Disponível em: http://oglobo.globo.com/infograficos/censo-religiao/. Acesso em 18, Jun 2014.

CHOULIARAKI, Lilie; FAIRCLOUGH, Normam. *Discourse in Late Modernity: rethinking Critical Discurse Analysi*s. Edinbourg: Edinbourg University, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. Trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2008.

JESUS CRISTO É O SENHOR: UNIVERSAL. Livro "A Mulher V" é o mais vendido no Brasil. 2013. Disponível em: http://www.universal.org/noticias/2013/03/15/livro-quota-mulher-vquot-eacute-o-mais-vendido-no-brasil-20368.html. Acesso em 18, Jun 2014.

LIMA, Helcira Maria Rodrigues de. O olhar do delegado: imagens de si e do outro. *Revista da ABRALIN*, João Pessoa, v.8, n.1, p. 57-74, jan./jun. 2009.

PERROT, Michelle. *Minha história das Mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.

PLANTIN, Christian. *A Argumentação. História, teorias, perspectivas*. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. As razões das emoções. In: MENDES, Emília & MACHADO, Ida Lúcia (Org.). *As emoções no discurso*. Vol.II. Campinas: Mercado de Letras, 2010. p. 57-80.

REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

[i] E-mail da autora: barbara.amaral87@gmail.com