

**A NOVA RETÓRICA COMO INSTRUMENTO DE LEITURA DE TEXTOS  
PERSUASIVOS DE NATUREZA RELIGIOSA: ANÁLISE DA PARÁBOLA O BOM  
SAMARITANO**

Elisângela Vieira de Abreu<sup>1</sup>

Liliam de Oliveira<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo apresenta um estudo teórico-bibliográfico sobre o uso da Nova Retórica, objetivando verificar a utilização de seus conceitos formulados como instrumento de leitura de textos persuasivos de natureza diversa. Após um período de declínio da Retórica Clássica, ela ressurgiu e é intitulada por Chaim Perelman como Nova Retórica, sendo esta abordagem mais centrada nas interpretações das formas de discursos argumentativos persuasivos, como os de políticos, publicitários, religiosos etc. Nessa pesquisa foram abordados o histórico e uma breve definição de Retórica, bem como os conceitos nucleares da Nova Retórica (tese, auditório, acordo e tipos de argumentos) e o seu uso como instrumentos para a análise de textos. Para tanto, a apresentação desses instrumentos como auxiliares na leitura não ingênua de textos de opinião, deu-se por meio da análise de um texto religioso, cujo gênero textual é parábola. As parábolas jesuânicas correspondem a uma estratégia discursiva, a qual pressupõe uma ação argumentativa, de confronto, de persuasão em um discurso (CERQUEIRA; RIBEIRO; TORGA, 2014). Com efeito, tomou-se como *corpus* nessa pesquisa, a parábola *O bom samaritano*. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica teórica cujo aporte teórico embasou-se em autores como, Aristóteles (s.d.), Perelman (2005), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2002) e Reboul (2004).

**Palavras-chave:** Retórica; Nova Retórica; Argumentação.

---

<sup>1</sup> Professora de Língua Portuguesa na rede pública estadual de Goiás. Graduação em Letras (Português/Inglês) pela Universidade Estadual de Goiás, Brasil (2014). Especialização em Letramento, Produção de Sentidos e Escrita pela Universidade Estadual de Goiás, Brasil (2017). Professora de Língua Portuguesa na rede pública estadual de Goiás. [elisangela@live.com](mailto:elisangela@live.com)

<sup>2</sup> Possui graduação em Letras - Tradutor pela Universidade de Mogi das Cruzes (2001). É mestre (2007) e doutoranda em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atualmente é professora efetiva da Universidade Estadual de Goiás (UEG) em Língua Portuguesa e Linguística. É professora do curso Graduação em Letras e coordenadora do curso de Pós-graduação Lato Sensu em Letramento, Produção de Sentidos e Escrita da UEG - Câmpus de Iporá. Participa do Grupo de Pesquisa em Educação Linguística (GPEDLIMP) no IP-PUCSP. Participa do Grupo de Estudos do Discurso e de Nietzsche (GEDIN) na Universidade Estadual de Goiás - Câmpus Iporá. Contato: [liliam.oliveira@ueg.br](mailto:liliam.oliveira@ueg.br)

## Introdução

A Retórica surgiu em séculos passados e Aristóteles foi seu precursor. Para ele, a retórica possibilitava o conhecimento de estratégias argumentativas e recursos retóricos que tornam possível a adaptação do discurso aos objetivos visados por seu enunciador. Ainda conforme Aristóteles, a retórica tem como finalidade a busca de recursos, de provas úteis para a composição de um argumento que seja capaz de persuadir. Essa definição aristotélica da retórica como prática discursiva manteve-se até meados do século XX. (REBOUL, 2004)

Após a expansão e o declínio da Retórica Clássica surge a Nova Retórica, a partir dos estudos de Chaim Perelman. Nela destacam-se os conceitos nucleares, que são apresentados como instrumentos orientadores da leitura, que podem exercer um papel de instrumento auxiliar para uma interpretação não ingênua de discursos diversos, como por exemplo, artigos de opinião, textos publicitários, políticos, jornalísticos e, religiosos, objeto dessa pesquisa.

A principal preocupação nesse estudo foi analisar a utilização dos recursos retóricos na leitura, para interpretação e compreensão de textos argumentativos de natureza religiosa, mais especificamente nas parábolas jesuânicas.

Com efeito, abordou-se nessa pesquisa a conceituação de Retórica, a compreensão da utilização da Nova Retórica como instrumento de leitura de textos argumentativos/persuasivos e análise de um texto religioso à luz de seus conceitos, verificando o uso de recursos retóricos e técnicas argumentativas na leitura e compreensão de textos. Para tanto foi tomado como *corpus* a parábola jesuânica “O bom samaritano”.

## Retórica

### Concepções de Retórica

A definição de retórica é ampla tanto quanto a expressão desse saber, pois agrega conhecimentos que vêm da comunicação e da expressão, passando por outras ciências que também atribuem ao conjunto construtivo do convencimento. (FERREIRA, 1986).

O filósofo Aristóteles (384-322 a.C.) escreveu a obra conhecida hoje pelo nome de Retórica. A marca inovadora desse filósofo foi imprimir ao estudo da retórica, duas características: a observação e o espírito de sistema. O filósofo escreveu os três livros que compõem a “Retórica”, em que apenas analisou os discursos de seu tempo, verificou a existência de certos elementos estruturais, comuns a todos eles, e a partir de então indicou a função e o espaço a serem ocupados pelos estudos retóricos.

Segundo Reboul (2004), Aristóteles sistematizou a retórica dividindo-a em quatro partes, que são: “heurésis” (invenção), que trata da busca pelos argumentos e outros meios de persuasão; “taxis” (disposição) que está relacionada com a ordenação desses argumentos e organização interna do discurso; “lexis” (elocução) que configura o estilo e a redação escrita do discurso; e “hypocrisis” (ação) que contempla o proferimento do discurso, como os efeitos de voz, mímica e gestos.

### **Ethos, pathos e logos**

Aristóteles definiu ainda os três aspectos fundamentais que compõem a retórica. São eles: “ethos”, “pathos” e “logos”. O *ethos* refere-se às características do orador que podem influenciar no processo de persuasão, como a sua autoridade, honestidade e credibilidade em relação ao tema em análise. Por sua vez, o *pathos* refere-se ao apelo ao lado emocional do público-alvo. Finalmente, o *logos* diz respeito ao conteúdo do discurso, ao uso da lógica, a palavra e a razão. Isto é, a parte racional, a forma como a tese é apresentada (a clareza do discurso, o uso de técnicas como a repetição, a escolha minuciosa da ordem dos argumentos, o evitar ou uso hábil de falácias) e à força dos seus argumentos, diminuindo as hipóteses de refutação.

### **Os três gêneros do discurso**

Aristóteles classificou ainda os gêneros do discurso em três tipos distintos: judiciário, deliberativo e epidítico. Para Aristóteles, conforme o público a quem se dirige não se fala da mesma forma. Essa classificação abrange o objetivo de cada um desses gêneros, bem como os lugares de uso, tempo e meio. O discurso

judiciário é utilizado para acusação ou defesa, tendo como principal objetivo julgar o que é justo ou injusto. O discurso deliberativo exprime persuasão ou aconselhamento, podendo ainda dissuadir ou desaconselhar. O epidítico censura ou elogia e louva, enfatizando o agora, busca a admiração.

### **Retórica nos discursos de natureza religiosa**

Quanto aos discursos de natureza religiosa, Miranda (2013, p. 202) enfatiza seus objetivos desde a época dos jesuítas:

(...) consistiam em converter um homem por meio da palavra; dar conselho em matérias de relevância; agir sobre as multidões (incitar uma multidão apática ou conter os ânimos de uma multidão tumultuosa); levar a maldade à perdição e o bem ao seu esplendor; exortar à virtude; corrigir os vícios; vituperar os injustos e louvar os justos; vencer a ganância e dar conforto a quem sofre.

Esses objetivos eram cobrados na formação dos oradores jesuítas, quando se aplicava o ensino da Retórica nos Colégios dos Jesuítas. Desde os tempos do Antigo Testamento, os discursos religiosos são repletos de capacidade de persuasão.

De acordo com Reboul (2004), a Igreja usava a retórica em seu trabalho missionário, pastoral e celebrativo. O autor observa ainda que, a própria Bíblia, com suas metáforas, jogos de palavras, alegorias, antíteses e argumentações, é um autêntico “tratado de retórica”, e um dos aspectos responsáveis por isso é a facilidade de compreensão das doutrinas. Por diversas vezes foram utilizadas parábolas na Bíblia Sagrada, que facilitam o entendimento por parte do auditório.

Aristóteles, em sua obra, também apresenta a parábola como uma espécie de exemplo de estratégia discursiva, em que o orador inventa da mesma forma que ocorre com as fábulas. Na visão aristotélica, delineia-se o conceito de parábola como o princípio de um raciocínio contendo comparação, por meio de ilustrações criadas, que podem ser irônicas ou não, usadas para fundamentar uma argumentação e persuadir a respeito de um determinado ponto de vista sobre diversos temas. Portanto, a parábola pode ser considerada como uma estratégia discursiva, uma técnica argumentativa muito usada por Jesus Cristo.

## **Nova Retórica: instrumento para produção e leitura de textos**

Ao longo dos anos, a retórica foi renovando-se. Era cultivada dentro da Igreja, como um método importante para a produção de textos para captar e manter a adesão dos fiéis aos princípios religiosos. A tradição na elaboração dos sermões, por exemplo, sempre se beneficiou da contribuição da retórica, que começa a declinar-se quando o humanismo instala-se, no século XVI e, nos séculos XVII e XVIII a retórica aparentemente foi excluída das ciências, matemática e filosofia, no entanto continuou servindo à política, aos debates jurídicos e pregações.

Entretanto, Chaim Perelman, a partir dos seus trabalhos, fez ressurgir o estudo da retórica. Em suas obras, ficam evidentes algumas diferenças em relação à Retórica Clássica, tendo como objetivo a interpretação dos discursos e não a sua produção. Seu objetivo principal não é mais a formação do cidadão para produzir discursos, mas está vinculado ao estudo das figuras de linguagem, técnicas de argumentação, organização dos discursos, procedimentos que facilitam a articulação dos raciocínios e interpretações das formas modernas dos discursos persuasivos: o discurso político, a linguagem da propaganda, as produções não verbais, entre outros.

Reboul afirma que “a leitura retórica é um diálogo”. Diante de um texto, o leitor pergunta “Quem fala?”, “Quando?”, “Por quê?” E, principalmente, “Como?” e “A quem?”. Ao responder a quem se fala, define-se o auditório que se quer persuadir; e, ao analisar como se fala, o leitor entende o objetivo do uso das estratégias no texto, portanto, compreendendo a unidade do discurso, o seu motivo central. (REBOUL, 2004, p. 90).

Chaïm Perelman (2005) apresenta, em sua Teoria da Argumentação, as técnicas argumentativas: argumentação por exemplos, por ilustrações, por modelo, por analogia, por comparação, por estatística, argumento de autoridade, argumento contra o homem, demonstração pelo absurdo, argumentação por causa e consequência, argumentação condicional.

Nessa visão renovada da Retórica, em que os estudos passaram a concentrar-se nas formas modernas de discurso, destacam-se aqui os conceitos que constituem os pilares da Nova Retórica, que podem ser utilizados como instrumentos auxiliares na leitura.

## **Conceitos usados pela Nova Retórica para a análise de textos**

### **A Tese**

A tese é um conceito central na teoria da argumentação. Portanto, para que se possa estudar a argumentação em qualquer discurso, o primeiro passo é identificar a tese defendida pelo autor. Perelman e Olbrechts-Tyteca (2002, p. 4) registram a importância da teoria da argumentação para produzir e ler textos, afirmando que “o objeto dessa teoria [da argumentação] é o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhe apresentam ao assentimento”.

Não é possível formular teses e usar a argumentação em qualquer tema. Na retórica, a tese é o ponto de vista do autor sobre um tema, na maioria das vezes, polêmico. Para que se possa interpretar qualquer texto de argumentação é preciso identificar a tese defendida pelo autor, por isso ao escrever o seu texto ele deve ser bastante claro em qual tese está defendendo.

### **O auditório**

Ao escrever seu texto, o autor escolhe e organiza os argumentos levando em conta o auditório, ou seja, os interlocutores, a quem dirige o texto. Perelman e Olbrechts-Tyteca (2002, p. 22), definem auditório como “o conjunto daqueles que o orador pretende influenciar com sua argumentação”.

O orador deve, imprescindivelmente, refletir sobre os argumentos que poderão influenciar um determinado auditório. A partir da imagem que o autor (ou falante) tem do seu auditório, ele irá selecionar seus argumentos de modo que consiga aproximar-se, tocar seus interlocutores. Por isso, é importante que o falante conheça ou tenha uma imagem do seu interlocutor/ouvinte.

Robert Alexy (2001) afirma que “o objetivo de cada argumentação é conquistar ou fortalecer a adesão (adhésion) da audiência. Para realizar esse objetivo, o orador tem de adaptar seu discurso à audiência”.

Diante disso, o auditório é considerado o segundo passo para estudar a

argumentação de um discurso. É importante que o orador pergunte-se: a quem estou me dirigindo/ quem é meu auditório? Qual é o parecer daqueles a quem estou me dirigindo?

### **O acordo**

Para formulação do argumento que visa à persuasão, Chaïm Perelman afirma que se deve considerar ainda, inicialmente, o acordo ou desacordo do auditório. A produção dos acordos prévios e a utilização de técnicas argumentativas são fases da elaboração dos argumentos que visam convencer ou persuadir um auditório em específico.

Tanto o desenvolvimento como o ponto de partida da argumentação pressupõe acordo do auditório. Esse acordo tem por objeto ora o conteúdo das premissas explícitas, ora as ligações particulares utilizadas, ora a forma de servir-se dessas ligações; do princípio ao fim, a análise da argumentação versa sobre o que é presumidamente admitido pelos ouvintes. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2002, p. 73).

Fica claro que toda a argumentação é construída, moldada em função do auditório ao qual se dirige. O acordo é importante, é quando o autor distingue os fatos e valores que acredita que serão aceitos pelos interlocutores, ele dá importância às opiniões do seu auditório. Quando se lê textos persuasivos, é possível identificar os fatos e valores que o autor usou como elementos persuasivos, pois ele pressupõe que tais fatos e valores seriam aceitos pelos interlocutores.

Os fatos, verdades e valores são elementos que fazem parte do acordo, e são apenas pressupostos, e não apresentados explicitamente. Existem ainda vários tipos de objetos de acordo: presunções, hierarquias, lugares etc.

### **Tipos de argumento**

As técnicas argumentativas apresentam-se sob dois aspectos diferentes: o aspecto positivo e o aspecto negativo. Foram abordadas aqui as técnicas do aspecto positivo.

Os argumentos do aspecto positivo são divididos em duas classes, a primeira

são os argumentos quase-lógicos que têm força de convicção, aproxima-se de raciocínios formais, lógicos e matemáticos, entretanto não tem valor conclusivo. Os argumentos quase-lógicos têm uma aproximação, uma semelhança, uma aparência de uma demonstração certa. Portanto, ele apresenta-se de uma forma mais ou menos explícita, segundo Perelman.

Podem ser classificados como quase-lógicos os argumentos que se voltam para as relações lógico-matemáticas como a reciprocidade, a divisão do todo em partes, a probabilidade, a transitividade, a comparação etc.

A segunda classe de argumentos é baseada na estrutura do real. Sobre a diferença entre os argumentos quase-lógicos e os baseados na estrutura do real, Perelman e Tysteca afirmam que

Enquanto os argumentos quase-lógicos têm pretensão a certa validade em virtude de seu aspecto racional, derivado da relação mais ou menos estreita existente entre eles e certas fórmulas lógicas ou matemáticas, os argumentos fundamentados na estrutura do real valem-se dela para estabelecer uma solidariedade entre juízos admitidos e outros que se procura promover. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2002, p. 297)

Os argumentos baseados na estrutura do real são elaborados a partir da realidade e apoiam-se na experiência, levando em conta questões práticas, como fatos reais, ilustrações, exemplos, argumento de autoridade etc. São baseados na estrutura do real e estão ligados a opiniões relativas dos fatos, e não a descrição objetiva do fato em si. Os principais argumentos baseados na estrutura do real são: argumento pragmático, argumento do desperdício, argumentação pelo exemplo, pelo modelo ou antimitelo e pela analogia.

## **Metodologia**

A metodologia utilizada nesse estudo foi pesquisa bibliográfica e teórica: bibliográfica, pois, tem como base a análise de material já publicado, em que foram analisados livros, periódicos, documentos, textos, etc., e teórica porque foi feita uma análise de determinada teoria utilizando embasamentos teóricos para explicar o que foi levantado.

Para expor os conceitos da Nova Retórica, para a análise de textos aqui

apresentados, foi escolhida como *corpus* desta pesquisa, uma parábola jesuânica para servir de referência à discussão dos conceitos tese, auditório, acordo e tipos de argumentos.

### **Análise do corpus**

Certa ocasião, um perito na lei levantou-se para pôr Jesus à prova e lhe perguntou: "Mestre, o que preciso fazer para herdar a vida eterna?"

"O que está escrito na Lei?", respondeu Jesus. "Como você a lê?"

Ele respondeu: "Ame o Senhor, o seu Deus, de todo o seu coração, de toda a sua alma, de todas as suas forças e de todo o seu entendimento" e "Ame o seu próximo como a si mesmo".

Disse Jesus: "Você respondeu corretamente. Faça isso e viverá".

Mas ele, querendo justificar-se, perguntou a Jesus: "E quem é o meu próximo?"

Em resposta, disse Jesus: "Um homem descia de Jerusalém para Jericó, quando caiu nas mãos de assaltantes. Estes lhe tiraram as roupas, espancaram-no e se foram, deixando-o quase morto. Aconteceu estar descendo pela mesma estrada um sacerdote. Quando viu o homem, passou pelo outro lado. E assim também um levita; quando chegou ao lugar e o viu, passou pelo outro lado. Mas um samaritano, estando de viagem, chegou onde se encontrava o homem e, quando o viu, teve piedade dele. Aproximou-se, enfaixou-lhe as feridas, derramando nelas vinho e óleo. Depois colocou-o sobre o seu próprio animal, levou-o para uma hospedaria e cuidou dele. No dia seguinte, deu dois denários ao hospedeiro e lhe disse: 'Cuide dele. Quando eu voltar, pagarei todas as despesas que você tiver'. "Qual destes três você acha que foi o próximo do homem que caiu nas mãos dos assaltantes?"

"Aquele que teve misericórdia dele", respondeu o perito na lei.

Jesus lhe disse: "Vá e faça o mesmo".

(Lucas 10:25-37. Bíblia Sagrada versão NVI)

### **A tese**

A parábola é um gênero discursivo que Jesus usou como recurso estratégico na sua pregação e ensino. Na parábola O bom Samaritano, Jesus tinha como objetivo confrontar a possível opinião que o doutor da lei defendia e tinha interesse em discutir.

A tese defendida por Jesus nessa parábola é a falsidade da religiosidade. Jesus critica a falsa religiosidade, que, no seu ponto de vista, é uma hipocrisia o ato de apenas ter uma religião, praticar rituais ou aparentar ser um bom judeu. Para Jesus, o doutor deveria exercitar seu amor por alguém que precisava, já que tinha o

conhecimento da vontade de Deus.

O próximo do homem assaltado foi, justamente, a classe de pessoas que o doutor da lei não considerava como próximo: um samaritano. Jesus queria levar os fariseus a refletirem sobre suas próprias opiniões.

### **O auditório**

Há uma tensão instaurada entre Jesus e seus ouvintes, pois, conforme Bailey: “Muitas vezes o seu auditório é composto de seus inimigos teológicos, e desta forma um conflito intenso é a tônica da representação” (BAILEY, 1985, p. 16 *apud* CERQUEIRA; TORGA, 2014).

Jesus falava, muitas vezes, aos seus inimigos teológicos, ou seja, aos fariseus e escribas. Seu público variava, visto que poderia ser formado por Escribas, Fariseus, pela multidão e pelos discípulos. Por isso a aplicação da parábola poderia ser para os de dentro ou de fora da igreja, para grupos ou pessoas.

Por conseguinte, ao escolher seus argumentos na parábola O bom samaritano, Jesus (orador) analisou quem era seu auditório, para quem ele estava falando, que no caso era um escriba, doutor da lei (ouvinte).

### **O acordo**

Todos os detalhes da história foram pensados no intento de confrontar a possível opinião que o doutor da lei defendia e tinha interesse em discutir. Com essa indagação: "Mestre, o que preciso fazer para herdar a vida eterna?", o escriba queria testar Jesus, ouvir sua explicação de como obter a vida perfeita em todos os sentidos, visto que ele mesmo não era ignorante no tema.

Antes mesmo do início do discurso, o acordo prévio já se encontra aceito pelo auditório. Logo, foi mediante essa proposição que o orador Jesus baseou seu discurso, procurando transferir a adesão do auditório em relação ao acordo prévio até a tese que apresenta: mostrar o quão errôneo é a falsa religiosidade.

Os acordos prévios, conforme diz Perelman, podem ter naturezas diferentes, sendo classificados em acordo sobre o real e acordo sobre o preferível. O acordo sobre o real corresponde ao conhecimento público ou notório, a um auditório

universal. A natureza do acordo sobre o preferível diz respeito à hierarquia, valores de uma dada sociedade, está relacionado a um auditório específico, pois pode se referir a auditórios particulares, como por exemplo, a instituições religiosas. (PERELMAN, 2005)

No caso da parábola, é evidente que, por ser especialista na Lei, o escriba certamente sabia que Deus exigia que seu povo tivesse misericórdia de estrangeiros e de inimigos. Houve uma quebra na expectativa, pois o ouvinte não obteve uma resposta como esperava. Ele já se encontrava em atitude de relaxamento por causa da narrativa, e então é levado a refletir sobre suas próprias opiniões, pois a parábola apresentava-lhe o antagonico.

### **Os tipos de argumentos**

É possível classificar a argumentação das parábolas de Jesus como baseada na estrutura do real, pois eram discursos figurativos, cheios de exemplos e ilustrações daquilo que ele queria dizer. No seu discurso figurativo, expressava-se a verdade de uma área conhecida da vida ou da natureza humana. Logo, são considerados mais do que uma metáfora ou pura semelhança. Trata-se de uma verdade evidente, ou aceita a partir de um campo conhecido (a vida, a natureza humana), é projetada para estabelecer ou ilustrar uma verdade nova na pregação de Jesus, que sempre abordava o Reino de Deus, a natureza de Deus e da ação, a piedade. (SANOKI, 2013, p. 108)

Jesus utilizava figuras de linguagem, como as comparações e outras figuras. As similitudes (uma comparação entre duas coisas ou processo de diferentes áreas) geralmente falam de costumes no tempo presente fazendo uma comparação entre dois elementos e usam geralmente as expressões: como, assim como, tal qual, tal como.

Também são perceptíveis as alegorias, que podem ser definidas como um modo de expressão ou interpretação que consiste em representar pensamentos, ideias, qualidades sob a forma figurada. As alegorias são mais especificamente de uso retórico, e sua expressão transmite um ou mais sentidos que o da simples compreensão do literal. Segundo Hauck, a alegoria é um discurso feito artificialmente com uma série de metáforas, em que cada uma deve ser

compreendida e interpretada individualmente. (HAUCK, 1979 *apud* SANOKI, 2013)

A alegoria pode tratar de um acontecimento, tanto factível como fictício. Ao observar todas as parábolas contadas por Jesus nota-se que elas eram bastante variáveis: algumas não precisavam de muita explicação visto que todos compreendiam imediatamente o seu propósito, eram meros símiles; outras já poderiam ter um grau de interpretação mais complicado, poderiam ser consideradas metáforas ou de natureza alegórica, precisando de uma explicação. (REID, 2007)

### **Ethos**

A retórica aponta ainda a importância da imagem do orador. De acordo com a Bíblia Sagrada, Jesus, figura principal do Novo Testamento, era um homem que atraía multidões. Isso se devia, notoriamente, ao fato de que ele tinha o domínio da fala, pois a Bíblia relata que por onde passava e discursava arrastava com ele muitos seguidores. É importante observar a didática que Jesus utilizava em seu discurso, visto que possuía grande flexibilidade, sabia adaptar sua argumentação a situações específicas, observando ainda a composição de seu auditório. Portanto, as parábolas narradas por Jesus tinham o espírito dos discursos didáticos. Ele usava perguntas, e uma forma prática e ilustrada para ensinar, o que tornava o seu ensino compreensível e acessível às pessoas simples daquela época. Na parábola tomada como corpus deste trabalho foi possível identificar essas características. (BÍBLIA SAGRADA, s.d.)

O discurso de Jesus é classificado no gênero deliberativo, em que ele aconselhava, levava seu auditório à reflexão. Na parábola analisada, assim como nas demais parábolas jesuânicas, Jesus levava seus ouvintes a descobrirem seu significado, despertando a curiosidade e assim, levando ao convencimento e persuasão daquele auditório, aconselhando-os para uma conduta futura.

Para Aristóteles, a ponderação, a simplicidade e a sinceridade são predicados capazes de tecer a confiança no exercício oratório. No discurso é levado em conta ainda a sua completude, recursos não discursivos como a poderosa influência dos gestos, da maneira de olhar, do tom da voz.

Ao ler a Bíblia Sagrada percebeu-se que Jesus, ao fazer uso do gênero

parábola, obtinha sucesso porque tinha a construção da imagem de alguém benevolente e de caráter, digno de confiança. Aristóteles, na Retórica, concebe o ethos representado em atitudes e virtudes, tais como a benevolência, a equidade, bem como em maneira de ser, em hábitos costumeiros. Aristóteles diz ainda: “Persuade-se pelo caráter, pelo ethos, quando o discurso é de tal natureza que torna o orador digno de fé, porque as pessoas honestas nos inspiram uma confiança maior.” (ARISTÓTELES *apud* GUIMARÃES, 2008, p. 6)

Desta forma, percebe-se que Jesus impõe o ethos discursivo da autoridade e ao mesmo tempo, passa a imagem de alguém benévolo, contribuindo assim para o sucesso da persuasão do seu discurso.

### **Conclusão**

Constatou-se nesse estudo que, o uso dos conceitos nucleares da Nova Retórica como instrumentos na leitura e compreensão de textos persuasivos é pertinente, visto que se pode utilizar essa técnica desenvolvida pela retórica para avaliar a forma de construção desses discursos.

Pelo reconhecimento de recursos retóricos e estratégias argumentativas que são utilizados para persuadir diferentes auditórios nos textos persuasivos, foi possível compreender melhor os objetivos de seus enunciadores. Com efeito, o uso desses conceitos da nova retórica pode ser considerado uma ferramenta que objetiva melhorar a qualidade da leitura e compreensão desses textos, levando o leitor a identificar a tese do autor, analisar os argumentos usados por ele para convencer o leitor.

Ao analisar a parábola O bom samaritano, constatou-se que Jesus tinha uma tese, conhecia seu auditório, formulou acordos prévios e utilizou de argumentos baseados na estrutura do real, conseguindo assim produzir uma compreensão de seu ouvinte (o doutor da lei).

Jesus tinha um grande poder argumentativo em seus discursos deliberativos, nos relatos da Bíblia Sagrada é nítido que ele persuadia a todos com suas parábolas, isso se deve também a construção de sua imagem, e conforme diz Snodgrass (2014, p. 96) “...as parábolas de Jesus explicam e proclamam o reino [...] até onde as evidências podem demonstrar, ainda não houve um cristão capaz de

imitar Jesus na sua habilidade de contar parábolas.”

## **Referências**

ALEXY, R. **Teoria da argumentação jurídica**: A Teoria do Discurso Racional como Teoria da Justificação Jurídica. Trad. Zilda Hutchinson Schild Silva. São Paulo: Landy, 2001.

ARISTÓTELES. **Rhétorique I–III**. Ed. E trad. de M.Dufour, Paris: Les Belles Lettres.

BÍBLIA Sagrada. Versão NVI. Disponível em: <<https://www.bibliaon.com>> Acesso em 01 jan 2017.

BAILEY, K. E. **A poesia e o camponês**: uma análise literária-cultural das parábolas em Lucas. Trad. Adiel Almeida de Oliveira. São Paulo: Nova Vida, 1985.

CERQUEIRA, A. G. C.; RIBEIRO, M. D. A.; TORGA, V. L. M. **O papel da metáfora temporal na parábola jesuânica de função confrontativa**. EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n. 6, p. 21-36, jun.2014.

CITELLI, A. **A linguagem da persuasão**. São Paulo: Editora Ática, 2002.

FERREIRA, L. A. **Leitura e persuasão: princípios de análise retórica**. São Paulo: Contexto, 2010.

GUIMARÃES, E. **O ethos na argumentação**. Artigo in SIMELP – Simpósio Mundial de Estudos da Língua Portuguesa, n. I, 2008, São Paulo. Disponível em: <[http://dlcv.fflch.usp.br/sites/dlcv.fflch.usp.br/files/06\\_18.pdf](http://dlcv.fflch.usp.br/sites/dlcv.fflch.usp.br/files/06_18.pdf)> Acesso em 14 mar 2017.

MIRANDA, M. **Quando os Jesuítas eram mestres da palavra: a retórica segundo a ratio studiorum**. Imprensa da Universidade de Coimbra, 2013.

PERELMAN, C. **Tratado de Argumentação** - A Nova Retórica. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado de argumentação**: a nova retórica. Traduzido por Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

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

REID, G. W. (org.). **Compreendendo as Escrituras - Uma abordagem adventista**. UNASP-C2, Engenheiro Coelho, SP: Unaspres, 2007.

SANOKI, K. **Parábola: um gênero literário**. Disponível em:  
<<https://revistas.pucsp.br/index.php/reveleto/article/download/17365/12893>>  
Revista Eletrônica Espaço Teológico, Vol. 7, n. 12, jul/dez, 2013.

SNODGRASS, K. **Compreendendo todas as parábolas de Jesus**. Rio de Janeiro: CPAD, 2014.