

O *ETHOS* COLETIVO NA CAMPANHA “EU SOU A UNIVERSAL” (APOIO UNIP)

Aluna: Karina de Carvalho Pereira

Orientadora: Profa. Dra. Márcia Selivon

Curso: Letras

Campus: Marquês

Esta pesquisa tem o intuito de relacionar o *Ethos* da campanha “Eu sou a Universal” com o *Ethos* da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) pela análise dos recursos persuasivos utilizados nos vídeos. Dez vídeos foram selecionados como objeto deste estudo, sob o critério da realização profissional como lugar de sucesso. Para a análise, os vídeos foram transcritos segundo as regras do projeto Norma Urbana Oral Culta (NURC). A primeira abordagem foi feita por meio da pesquisa bibliográfica sobre os conceitos de *Ethos* com base na pesquisa de Ruth Amossy. Depois de transcritos, os vídeos foram analisados e classificados de acordo com os critérios que apresentaram em comum e relacionados com o *marketing* religioso promovido pela IURD. No decorrer da pesquisa, foi observado que os vídeos apresentaram estruturas e recursos persuasivos semelhantes, por exemplo, a escolha linguística que leva o discurso em determinada direção, num primeiro momento caracterizado por palavras de caráter negativo, passando na transição ao caráter positivo e traduzindo a superação no discurso em si. Segundo as análises dessas estruturas e recursos foi possível inferir que o *Ethos* representado pelos vídeos da campanha transmitida nos intervalos da programação da Rede Record não apenas corresponde ao *Ethos* da IURD, como também o reforça e funciona como meio de propagar os princípios que a Igreja prega, atraindo fiéis pela representação prática dos benefícios de fazer parte dessa comunidade religiosa.