

ANÁLISE DO DISCURSO II

PROCEDIMENTOS LINGÜÍSTICOS DE INSCRIÇÃO DO LOCUTOR NO ENUNCIADO

Lygia Maria Gonçalves Trouche (UFF)

(...) nous appellerons “reference” le processus de mise en relation de l'énoncé au référent, c'est-à-dire l'ensemble des mécanismes qui font correspondre à certaines unités linguistiques certains éléments de la réalité extralinguistique. (Kerbrat-Orecchioni, 1997, p. 34-35)

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. (Amossy, 2005, p. 9)

Este trabalho pretende examinar, de modo resumido, alguns procedimentos linguísticos (por exemplo, modalizadores, termos avaliativos, pronomes, usos de tempos verbais) como marcas de inscrição do locutor no enunciado, em exemplos de carta de leitores (*Folha de São Paulo*.) e um texto publicitário (*Revista Isto É*).

A base teórica da análise da construção da subjetividade na língua, neste trabalho, fundamenta-se em princípios da linguística da enunciação (Catherine Kerbrat-Orecchioni, 1997) e (Koch, 2003) na produção de sentido do texto, relacionados às questões de construção do ethos – imagem de si no discurso – desenvolvidas por Maingueneau (2005, 2008). A noção de ethos implica que o locutor se outorga, no discurso, uma posição que identifica sua relação com um saber e com um dizer.

Esse tipo de análise busca uma prática de ensino de língua portuguesa que procura apontar estratégias de leitura e de produção de texto, permitindo que o aluno se desenvolva como sujeito de sua linguagem e estabeleça um diálogo produtivo com os textos que circulam em nossa sociedade.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este trabalho tem como objetivo apresentar algumas estratégias de leitura de textos de gêneros²⁰ distintos, com base em pressupostos da *análise semiolinguística do discurso* (Charaudeau, 1992), no conceito de gêneros textuais, em processos linguísticos (indicadores modais e atitudinais, marcadores de pressuposição (Koch, 2003), adjetivação, escolha de substantivos, e uso de pronomes) como procedimentos de inscrição do locutor no enunciado.

Os processos linguísticos de referenciação e de construção dos sentidos segundo determinada visão de mundo são essenciais na construção de sentido do discurso, pois apontam o “modo como aquilo que se diz é dito.” E o “modo como se diz” revela muito do locutor, configurando, pela enunciação, seu ethos. Segundo Maingueneau, 2005, p. 69,

Além da persuasão por argumentos, a noção de ethos permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva.

De fato, mesmo que o leitor (ou co-enunciador) ²¹nada conheça sobre o produtor do texto, o gênero textual e a posição ideológica (explícita ou implícita) criam expectativas em matéria de ethos Assim, os enunciados serão analisados, segundo as condições de produção de texto (procedimentos linguísticos de construção de sentidos), ethos e gênero textual, como características de atividades socioculturais da época atual, com destaque para a constituição do sujeito-locutor

Nessa perspectiva, a discussão dos aspectos linguístico-semânticos de interpretação de texto visa, sobretudo, à contribuição para a formação de um leitor crítico e à compreensão de sentidos vigentes na sociedade. O objetivo maior dessa comunicação é, portanto, de ordem pedagógica.

Precisamos considerar a vinculação entre as escolhas gramaticais (especialmente os registros de língua), produção de sentido

²⁰ Tratamos de gênero textual segundo a conceituação de Marcuschi (Dionísio, 2003)

²¹ Coenunciador: esse termo corresponde melhor ao caráter interativo da comunicação verbal. O leitor contribui para a construção do sentido.

ANÁLISE DO DISCURSO II

(com base nos objetivos, e posição de enunciador etc.) e a situação de comunicação. Muitos fatores influenciam no processo comunicativo, já que os textos se caracterizam pela pluralidade e heterogeneidade em sua composição. Logo, parece mais coerente destacar o gênero textual sob uma perspectiva enunciativa que não só valoriza aspectos semântico-pragmáticos, mas também as formas gramaticais e a seleção do vocabulário adequadas à situação de comunicação e que são responsáveis pela elaboração de um ethos. O ethos se evidencia, assim, por meio uma percepção que mobiliza a afetividade do intérprete que infere a imagem do interlocutor pelo uso que esse faz do registro de língua, da escolha vocabular e pelo ritmo que impõe ao enunciado.

Dentre inúmeras possibilidades do domínio midiático (notícia de jornal, editorial, crônica etc.), fixamos nosso estudo em “carta de leitor” e em peça publicitária como exemplificação dos processos de inserção do locutor no enunciado.

A escolha de cartas dos leitores publicadas em nossos jornais diários se justifica por tratar-se de material de fácil consulta, por ser uma atividade característica de nossa cultura e por constituírem textos em que o locutor, como fonte de seu dizer, comenta os acontecimentos que estão presentes nas pautas da imprensa. Os meios de comunicação interferem não só no que as pessoas conversam, mas também como elas conversam. Enfim, as cartas dos leitores refletem de modo generalizante a formação de opinião de determinada faixa social: a daqueles que leem jornal.

Destacamos, também, um texto publicitário para a análise de sua produção de sentido, pela riqueza de aspectos linguísticos e culturais.

A PROPOSTA DE ANÁLISE SEMIOLINGÜÍSTICA DE CHARAUDEAU

Oliveira (2003) destaca como pontos positivos da proposta de análise de Charaudeau seu ponto de vista linguístico, na medida em que a interpretação parte de um texto, isto é, do seu material linguístico – fonemas, morfemas, palavras, frases. E também dá conta do discurso, porque o texto é analisado em seu contexto discursivo do

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

qual fazem parte outros textos pré-existentes, bem como a situação de comunicação, os modos de organização do discurso, os sujeitos da comunicação, os tipos de texto, o projeto de fala.

O ato de comunicação (Charaudeau, 1992, p. 634) é um dispositivo composto de um sujeito falante (locutor na fala ou na escrita) e de um interlocutor que mantêm entre si uma relação para a produção dos sentidos. Os componentes que entram no jogo comunicativo podem assim ser resumidos:

a) *situação de comunicação* que engloba o aspecto físico e mental em que se encontram os parceiros da troca linguageira, os quais, por sua vez, são determinados por uma identidade psicológica e social. Esses parceiros estão envolvidos num contrato de comunicação que Charaudeau (1983, p. 54) define como:

o contrato de comunicação é um ritual sociodiscursivo constituído pelo conjunto das restrições e liberdades resultantes das condições de produção e interpretação do ato de linguagem, as quais codificam tais práticas, deixando ao eu comunicante uma margem de manobra, dentro da qual este elabora seu projeto de comunicação.

b) *modos de organização do discurso* que constituem os princípios de organização da matéria linguística, princípios que dependem da finalidade comunicativa do sujeito falante: enunciar, descrever, narrar e argumentar;

c) *língua* que constitui o material verbal (forma e sentido);

d) *texto* que representa o resultado material do ato de comunicação, afetado pelas imposições da situação.

Comunicar é uma tarefa complexa, já que não se trata apenas de se transmitir uma informação entre interlocutores, como se a linguagem fosse o reflexo do pensamento. A comunicação resulta de um processo de produção de linguagem, tanto do ponto de vista de sua concepção, como de sua compreensão. Hoje, pode-se formular que pensamento e linguagem se constituem por uma relação de reciprocidade (*“pensée et langage se constituent dans une relation de réciprocité”*, Charaudeau, 1992, p. 634).

Comunicar-se será, sob a perspectiva semiolinguística, proceder como atores de uma peça teatral, já que estamos todo o tempo “representando”, conforme a situação de comunicação, a posição so-

ANÁLISE DO DISCURSO II

ciocomunicativa dos interlocutores, o assunto etc. Talvez por isso, por essa compreensão da encenação do ato comunicativo em que assumimos papéis diferentes como locutores e interlocutores, Charau-deau fale em *mise en scène* do projeto de comunicação do (eu comunicante) emissor da mensagem. O projeto de comunicação diz respeito às estratégias verbais e não verbais para envolver o interlocutor, atraindo-lhe a complicitude e a concordância.

No caso das cartas dos leitores, procuraremos analisar como se produz essa *mise en scène*, isto é, quais as estratégias verbais utilizadas pelo locutor para conseguir a adesão de seus interlocutores. E, principalmente, revelar os mecanismos discursivo-gramaticais que trazem à tona a atitude do locutor nos enunciados que escreve.

A NOÇÃO DE ETHOS

Maingueneau estabeleceu uma noção de ethos que se constitui por uma instância subjetiva que se manifesta por uma voz e um corpo historicamente investidos de valores compartilhados socialmente.

O autor desenvolveu uma noção de ethos capaz de compreender as dimensões vocal, física e psíquica ligadas à imagem do enunciador criada em seu discurso.

Afirma, ainda,

- o ethos é uma noção *discursiva*, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala;
- o ethos é fundamentalmente um processo *interativo* de influência sobre o outro;
- é uma noção fundamentalmente híbrida (sociodiscursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica.

A qualidade do ethos está associada à imagem do fiador que confere a si próprio uma identidade compatível com o mundo que ele deverá construir em seu enunciado, assim, o fiador é construído pelo destinatário com base em índices presentes na enunciação (Maingueneau, 2008, p. 17).

As representações sociais e a situação de comunicação impõem ao locutor (sujeito-discursivo) não só o que ele deve e pode dizer (as liberdades e restrições), mas também o modo como ele deve e pode se representar no mundo. Assim, o sujeito-discursivo e o destinatário do discurso, entendido como co-enunciador, estão submetidos às mesmas regras da atividade discursiva e incorporam determinado ethos, capaz de conferir (ou não) autoridade ao dito.

Maingueneau (1999, p. 79) fala de incorporação “para designar a maneira pela qual o co-enunciador se relaciona ao ethos de um discurso”. Trata-se, portanto, de uma estratégia de assimilação do ethos do enunciador, para que o co-enunciador incorpore um modo de ser no mundo e passe a validar determinada enunciação.

Além da persuasão por argumentos, a noção de ethos permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a certa posição discursiva.

GÊNEROS TEXTUAIS

Esses papéis sociais que desempenhamos nas diversas situações de comunicação se materializam nos diferentes gêneros textuais de que dispomos, para a expressão de nossas intenções como falantes.

Marcuschi (Dionísio, 2003) caracteriza gêneros como

...eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita.

Para Marcuschi (op.cit.), a expressão *tipo textual* designa uma composição teórica definida pela natureza linguística (aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas). Classificam-se como *tipos textuais* as seguintes categorias: narração, argumentação, exposição, descrição, injunção. Já a expressão *gênero textual* se refere aos variadíssimos textos materializados que fazem parte da vida diária, com características sociocomunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo, composição específica. São exemplos de gêneros textuais, entre muitos outros, carta de leitores de uma seção de jornal, romance, bilhete, reportagem jornalística, aula

ANÁLISE DO DISCURSO II

expositiva, reunião de condomínio, ata, notícia de jornal, horóscopo, receita culinária, texto publicitário, resenha, edital de concurso, piada, conversação espontânea, conferência, carta eletrônica (e-mail), bate-papo por computador, aulas virtuais, novela, conto, roteiro de cinema etc.

Outra categoria que merece destaque é a de *domínio discursivo*, designado como uma esfera de produção discursiva ou atividade humana. Tais domínios podem ser entendidos como: jurídico, jornalístico, religioso, midiático, político, acadêmico, científico etc. que dão origem a gêneros bastante específicos como práticas ou rotinas comunicativas institucionalizadas.

Ressalte-se que um texto pode apresentar-se tipologicamente variado, com a predominância de determinado tipo, em função de seu gênero, bem como do domínio discursivo a que pertença.

INDICADORES MODAIS E ATITUDINAIS

Os *indicadores modais e atitudinais* são importantes na construção dos sentidos e dizem respeito à atitude com que o locutor (enunciador) se coloca ante os enunciados que produz.

Os *indicadores modais*, “também chamados modalizadores em sentido estrito, são igualmente importantes na construção do sentido do discurso e na sinalização do modo como aquilo que se diz é dito.” (Koch, 2003, p. 50),

A modalização da linguagem permite-nos perceber aquilo que é dito sem que o locutor tenha sempre plena consciência de seu dizer. Enfim, é a marca linguístico-semântica do locutor no enunciado.

Koch (2003) mostra que a modalidade se constrói (se lexicaliza) por meios linguísticos tais como:

- a) expressões cristalizadas do tipo “é+ adjetivo” (é necessário; é possível; é certo; é obrigatório; é óbvio etc.);
- b) advérbios ou locuções adverbiais (talvez, provavelmente, possivelmente, certamente, etc.);
- c) verbos auxiliares modais (poder, dever, querer etc.);

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

d) auxiliar modal + infinitivo (ter de + infinitivo; precisar/necessitar + infinitivo; dever+ infinitivo etc.);

e) orações modalizadoras (tenho a certeza de que; não há dúvida de que; há possibilidade de; todos sabem que etc.).

Além desses indicadores, a modalidade também se expressa por meio dos *indicadores atitudinais*, que expõem, de certo modo, a emoção do locutor no ato da fala. São eles:

a) advérbios e expressões de valor adverbial caracterizando enunciados (felizmente; infelizmente; é com prazer; pesarosamente; francamente; orgulhosamente etc.);

b) adjetivos ou expressões adjetivas que demonstram a atitude subjetiva do locutor numa avaliação de fatos (excelente; extremamente);

c) advérbios ou expressões modalizadoras que delimitam o domínio discursivo ou o modo como o assunto é apresentado pelo locutor (politicamente; geograficamente; historicamente; sociologicamente; resumidamente; concisamente etc.).

Catherine Kerbrat-Orecchioni (1997, p. 118) ao discutir o assunto, restringe o termo modalizadores (*modalisateurs*) aos procedimentos significantes que assinalam o grau de adesão (forte, suavizada, incerta, de rejeição etc.) do sujeito da enunciação ao conteúdo enunciado, como por exemplo: afirmativas que impliquem “julgamento de verdade” (pode ser, sem dúvida, certamente, evidentemente); advérbios; adjetivos; verbos e substantivos de valor afetivo e valorativo.

O estudo da modalização, embora seja um dos aspectos fundamentais para a compreensão e interpretação dos textos, não tem recebido o destaque esperado nos programas de língua portuguesa no ensino médio. A observação constante dessas formas linguísticas facilita o desenvolvimento de atividades de leitura e compreensão de textos, bem como contribui para a produção de textos adequados à situação de comunicação e a determinado gênero textual.

ANÁLISE DO DISCURSO II

GÊNEROS TEXTUAIS EM ANÁLISE

Carta (dos leitores)

Qual a importância de se desenvolver na sala de aula a leitura crítica dos vários gêneros constitutivos do jornal? Quais os elementos linguístico-textuais que nos permitem interpretar os fatos relatados pela mídia escrita? Em primeiro lugar, nossos alunos, que se iniciam na tarefa da compreensão/interpretação de texto, têm na linguagem jornalística uma boa oportunidade de interação com os mecanismos mais sofisticados de representação do mundo. Como, então, orientar estudantes em fases iniciais de letramento na tarefa de encontrarem sentidos no texto de jornal? Mais do que isso, como fazê-los “ler” o mundo sob um olhar crítico? Segundo Charaudeau (2006, p. 45), trata-se de uma tarefa de comentar o mundo, através de um olhar subjetivo de avaliação de sua legitimidade e de apreciação de efeitos sobre a vida do homem. Trata-se da representação que se pode fazer do real no discurso. Essas representações “se baseiam na observação empírica das trocas sociais e fabricam um discurso de justificativa dessas trocas, produzindo um sistema de valores que se erige em norma de referência”. (Charaudeau, 2006, p. 47).

Pode-se resumir o gênero “carta” como aquele em que se transmite uma mensagem a um interlocutor para dizer-lhe algo. É uma situação comunicativa em que os parceiros não estão face a face, mas mantêm suas identidades psicológicas e sociais. Segundo Charaudeau, esses parceiros estão envolvidos num contrato de comunicação que implica um ritual sociodiscursivo em que o eu comunicante e o tu interpretante devem conhecer seus papéis. Isso implica, ainda, que há um conjunto de liberdades e restrições, resultantes desse tipo de enunciação do ato de linguagem, com margem de manobra para o projeto de fala (atitude do eu comunicante) e a construção de sua interpretação (atitude do tu interpretante).

Entra, portanto, também em jogo a competência comunicativa que requer dos participantes da encenação, além do conhecimento de mundo partilhado, a habilidade no uso da língua em registro adequado ao contexto – situação social/familiar dos participantes, os propósitos da interação, normas e convenções linguístico-discursivas do gênero textual, para a criação dos sentidos que se deseja. Portanto, o texto do gênero carta deve apresentar os traços linguísticos que per-

mitam identificar o remetente (enunciador e o modo como se manifesta discursivamente como locutor) e o destinatário (através do uso do vocativo e dos pronomes de referência); a intencionalidade do remetente; os efeitos de sentido construídos para a persuasão ou manipulação do destinatário (leitor). É possível, nessas cartas, que o leitor perceba o ethos ou representação do locutor não só pelo que ele enuncia, mas sobretudo pelas modalidades de sua enunciação.

A *carta do leitor* tem, geralmente, por finalidade dirigir-se a um interlocutor (ou vários, se pensarmos nos leitores do jornal), para expor pontos de vista, criticar acontecimentos noticiados pela imprensa e, certamente, agir sobre os interlocutores, em favor de determinada argumentação. O gênero “carta do leitor” pertence ao domínio midiático (jornalístico) e permite ao enunciador realizar vários atos de fala como criticar, solicitar, parabenizar, agradecer, demonstrar desagrado etc. Por tudo isso, vemos as claras implicações de sua análise e produção como instrumento didático em que a língua portuguesa (gramática) é observada sob o aspecto enunciativo, enfim uma gramática em função dos sentidos que produz, em situação de comunicação. O estudo da gramática nessas circunstâncias passa a ser produtivo porque não mais centrado na metalinguagem e em padrões, por vezes, altamente idealizados.

Observemos, na seção *Painel do Leitor* da Folha de S.Paulo de 17/08/2008 a seguinte carta:

a) Cielo de ouro

Não consigo lembrar a última vez que um atleta brasileiro demonstrou intensa emoção ao ouvir o hino de seu país. Em meio a corrupções políticas e improbidades cada vez mais frequentes, César Cielo conseguiu provar que o amor à pátria ainda existe. Talvez seja isso que falte a alguns de nossos governantes. Espero que o esforço, a luta e as lágrimas de Cielo sirvam de exemplo. (Eduardo Lacativa, São Paulo)

Como se pôde observar, a subjetividade do locutor (aquele que se responsabiliza pelo dizer) se expõe pela apreciação que faz da atitude do atleta brasileiro em comparação com a atitude de políticos brasileiros. Cesar Cielo é referido como “atleta brasileiro” e o Brasil é retomado pela expressão “seu país”. O locutor, até esse momento se apresenta como aquele que comenta o fato com uma atitude de quem está fora da situação. Esse locutor começa a se constituir no texto, ao usar a expressão atitudinal “ainda”, referindo-se à existên-

ANÁLISE DO DISCURSO II

cia do amor à pátria (do atleta) mesmo em meio à corrupção e à improbidade denunciadas no país e à falta de amor dos governantes (talvez seja isso que falte); o locutor encarna o ethos de um brasileiro indignado com tal situação, valendo-se do pronome possessivo “nossos” (nossos governantes) que o inclui e aos leitores como brasileiros. O locutor continua pela enumeração – esforço, luta e lágrimas – construindo um campo semântico positivo como uma exortação à mudança de comportamento dos políticos. Dessa forma constrói sua crítica aos desmandos dos governantes brasileiros.

Texto publicitário

No gênero publicitário há diversas estratégias enunciativas para o convencimento, como por exemplo, a singularização (determinada marca é apresentada como a melhor de todas) em que predomina o uso da adjetivação e a pressuposição (apropriação de imagens e valores considerados socialmente positivos). Assim, pode-se dizer que o discurso publicitário mantém estreita vinculação com o ethos, já que procura persuadir, associando o produto anunciado a um modo de ser e de estar no mundo.

Como o discurso religioso, a publicidade deve “encarnar” por sua própria enunciação aquilo que ela evoca, ela deve torná-lo sensível, apoiando-se em estereótipos carregados de valor. (Maingueneau, 2005, p. 88).



Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

O biodiesel está revolucionando o país. É um combustível de fontes renováveis que fortalece a nossa economia, gera empregos e ainda ajuda a preservar o meio ambiente. Agora, todo o diesel vendido no país tem 3% de biodiesel. A qualidade dessa mistura é monitorada e fiscalizada pela ANP. Pode confiar. **ANP. Há 10 anos trabalhando para garantir a qualidade dos combustíveis**

Nesta peça publicitária, a seleção vocabular apresenta o biodiesel de forma positiva: “está revolucionando” (traz o novo), provém de “fontes renováveis” (atende ao cuidado com o meio ambiente) “fortalece a economia”, “gera empregos”. A ideia de preservação do meio ambiente é enfatizada pela expressão “ainda”

que introduz de modo explícito o que estava sugerido: “ajuda a preservar o meio ambiente”. Entre outros detalhes pertinentes há a frase com o verbo auxiliar “poder”, encaminhada ao interlocutor fora do texto – *Pode confiar*. A fiscalização da ANP (sema positivo) garante, há dez anos, a qualidade da mistura; a ANP se constrói como o *fiador* que designa o corpo enunciante historicamente especificado. Segundo Maingueneau (2008, p. 18),

De fato, o fiador implica ele mesmo um “mundo ético” do qual ele é parte pregnante e ao qual ele dá acesso. Esse “mundo ético” ativado pela leitura subsume um cem número de situações estereotípicas associadas a comportamentos: a publicidade contemporânea se apóia massivamente sobre tais estereótipos: o mundo ético das estrelas de cinema, o dos ricos emergentes, o das celebridades etc.

(...)

Propus designar com o termo “incorporação” a maneira como o intérprete – audiência ou leitor – se apropria desse ethos.

O aspecto não verbal cria o clima de confiança por meio de elementos identificáveis: o rosto jovem e sorridente do rapaz (o futuro), a plantação (as fontes renováveis) com o predomínio das cores verde e amarela, que se identificam com o Brasil e a Petrobras, garantindo um ethos positivo à fabricação do biodiesel.

REFLEXÕES FINAIS

A análise de texto implica sempre o desenvolvimento do letramento como um trabalho continuado ao longo da vida, pois todo ato de leitura põe, face a face, quase sempre em confronto, conheci-

ANÁLISE DO DISCURSO II

mentos de mundo e experiências discursivas diferentes e/ou compartilhadas. A construção de sentido do texto resulta de uma interação e cooperação necessárias entre enunciador e co-enunciador²².

Segundo Maingueneau (2005, p. 73),

O universo de sentido que o discurso libera impõe-se tanto pelo ethos quanto pela “doutrina”; as “ideias” apresentam-se por uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser, à participação imaginária em um vivido. O texto não é para ser contemplado, ele é enunciação voltada para um co-enunciador que é necessário mobilizar para fazê-lo aderir “físicamente” a um certo universo de sentido.

Assim, a leitura como atividade pedagógica requer do professor uma experiência como leitor capaz de permitir uma orientação segura a seus alunos, para que se tornem também eles leitores mais atentos frente à construção textual. Um trabalho de leitura que valorize as questões da modalidade (em seus variados aspectos) e os índices atitudinais e a expressão do ethos poderá expandir, de modo expressivo, nos alunos, as habilidades de compreensão e de interpretação de texto. Parece que o gênero textual “carta de leitor” constitui um material importante e adequado à análise da orientação discursiva do texto. Também o discurso publicitário contemporâneo se apóia firmemente na noção de ethos, já que busca a adesão do público aos produtos anunciados, associando-os a valores considerados positivos pela sociedade.

Desse modo, a análise das formas linguísticas fica baseada no estudo de textos reais e a gramática pode ser percebida em seus recursos expressivos que situam textos em seus contextos, ressaltando a relação necessária entre a linguagem e o mundo.

Afinal, os textos que circulam em nossa cultura acabam por produzir e referendar efeitos de sentido, construindo simbolicamente o real.

²² O termo co-enunciador intensifica a participação do leitor na construção de sentido do texto.

BIBLIOGRAFIA

AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso*. A construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.

———. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *L'énonciation*. Paris: Armand Colin, 1997.

KOCH, Ingedore G.V. *A interação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. **In:** AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso*. A construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. “A propósito do ethos” **In:** Motta & Salgado (orgs.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARCUSHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. **In:** Dionísio & Machado (orgs.). *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.