

O ETOS DA NINFETA NO DISCURSO DE GAROTAS DE PROGRAMA

Wagner Alexandre dos Santos Costa
wagnerasc@bol.com.br

Qualquer ato de tomar a palavra, segundo Amossy (2005) leva à construção de uma imagem de si. Além do estatuto (do papel) discursivo do sujeito, há uma instância subjetiva que se manifesta como "voz" e como "corpo enunciante" (Maingueneau, apud Amossy, 2005). Ela pode ser recuperada a partir de indícios textuais variados que formam o etos, que é "a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário" (Charaudeau & Maingueneau, 2004). Trata-se das escolhas das palavras, dos argumentos, do ritmo, da entonação de seu discurso, enfim, daquilo que revelaria, segundo Maingueneau (2002), a personalidade do enunciador. Assim, o etos corresponderá à imagem necessária ao locutor para conquistar credibilidade junto ao seu interlocutor.

A proposta deste trabalho é analisar a construção do "etos da ninfeta" em anúncios específicos para a oferta de serviço sexual - os classificados sexuais. Neste contrato de comunicação (Charaudeau, 1996), as garotas de programa, no intento de persuadir o leitor (cliente em potencial), criam sobre si a imagem discursiva da "ninfeta". Recorrem, ainda, à estratégia da criação de diversas "cenografias" (Maingueneau, 2002): as da "namoradinha", da "patricinha", entre outras.