

**A CONSTRUÇÃO DO ETHOS PELO DISCURSO DE OUTREM:  
UM INSTRUMENTO DE ADESÃO  
NO DISCURSO TESTEMUNHAL PUBLICITÁRIO**

*Vivian Pinto Riolo (UFES)*  
[vivianpriolo@yahoo.com.br](mailto:vivianpriolo@yahoo.com.br)

Esta comunicação se propõe a observar como o discurso testemunhal publicitário tem investido no discurso de outrem como argumento de autoridade, em que o ethos do orador não se baseia em suas características morais ou de caráter, mas que se trata de uma construção discursiva que visa à adesão do auditório a um dado produto ou ideia. A mídia televisiva tem investido nessa estratégia a partir de peças publicitárias que se valem do gênero depoimento como um recurso discursivo que, aparentemente, tem um teor de veracidade, uma vez que depor ou testemunhar sobre algo pressupõe alguma experiência por parte do locutor. Com um discurso sempre positivo, dado o caráter da linguagem publicitária que se apresenta através de argumentos de persuasão que visam a incitar à adesão e ao consumo, a legitimação daquele que enuncia a mensagem se dá com o recurso do discurso de autoridade mediado pelo discurso citado e que por nós será estudado pelo viés da teoria de Bakhtin (1929), na qual encontramos o princípio dialógico da linguagem que fundamenta como ocorre a construção desse tipo de discurso e que corrobora para a construção de um ethos discursivo.