

# Considerações sobre a cena enunciativa: a construção do *ethos* nos *blogs*

## Considerations expository scene: the construction of ethos in blogs

---

Palmira Virgínia Bahia Heine <sup>1</sup>

**RESUMO:** Este artigo pretende tecer algumas considerações acerca da construção do *ethos* em *blogs*, na Internet, tendo como ponto de partida as conclusões obtidas na dissertação de mestrado intitulada "O *ethos* e a intimidade regulada: especificidades da construção do *ethos* no processo de revelação da intimidade em *blogs* na Internet". Para isso, utilizam-se alguns pressupostos teóricos da Análise do Discurso, tendo como base a concepção de *ethos* postulada por Maingueneau (2005). Tomam-se também emprestadas algumas noções postuladas pela Retórica, uma vez que o conceito de *ethos* não pode estar totalmente desvinculado dos estudos retóricos. Objetiva-se, portanto estabelecer uma discussão acerca do modo como o *ethos* é construído num veículo público, (a Internet) dentro de um gênero discursivo de caráter intimista- o *blog*, observando suas especificidades e características..

**PALAVRAS-CHAVE:** *Ethos*. Blogs. Internet.

**ABSTRACT:** This paper aims to discuss about *ethos* into the blogs. The objective of this paper is to clarify the essential form, the *ethos*, which comprises personal *blogs*, digital diaries, intimate in character, promulgated over the Internet, in which authors speak about subjects related to everyday, personal life. *Blogs* are one type of the digital media emerging in the Hypertext environment, representing the transmutation of traditional newspapers. The *ethos* scheme proposed by Maingueneau (2005) in addition to the theory about the characteristics of the audience in Perelman and Olbrechts Tyteca (1996), were employed in order to achieve the objectives proposed for the study.

**KEYWORDS:** Blogs. Hypertext. *Ethos*.

---

<sup>1</sup> Mestra em Lingüística pela Universidade Federal da Bahia – UFBA e doutoranda do Programa de Pós-graduação em Letras e Lingüística desta mesma instituição.

## Considerações iniciais: O *ethos* na antiguidade

Todo discurso pressupõe a construção de uma imagem daqueles que estão envolvidos no processo interativo. Segundo Amossy (2005, p. 9), “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si”. Para construir tal imagem, não é necessário que o enunciador<sup>2</sup> fale sobre si ou apresente para os ouvintes suas características, suas qualidades e defeitos, pois no momento do discurso, lançam-se pistas acerca desta imagem: seu estilo, sua visão de mundo, seu conhecimento acerca de determinados assuntos, dentre outros, que permitirão aos ouvintes realizarem a construção da imagem do enunciador.

Acoplada à Análise do Discurso, a terminologia *ethos* diz respeito a textos orais e escritos, nos quais os enunciadores oferecem uma imagem de si através do discurso. Assim, dizer que os participantes do discurso criam uma imagem de si através dele, significa também afirmar que o discurso carrega as marcas do enunciador e do co-enunciador, entendidos aqui como aqueles que interagem no processo discursivo. As imagens do enunciador e do co-enunciador agem no campo discursivo, de modo a serem parte constituinte do processo enunciativo. À construção dessa imagem de si no discurso convencionou-se chamar de *ethos*.

Para discorrer sobre o *ethos* é imprescindível retomar a tradição antiga, proveniente da Grécia, focalizando principalmente a teoria de Aristóteles, que

---

<sup>2</sup> O termo enunciado é utilizado por Maingueneau (2001) com o valor de frase inscrita num contexto particular. Enunciador, na perspectiva do autor, seria aquele a quem se outorga no discurso uma posição institucional que marca sua relação com o saber. O co-enunciador, portanto, seria aquele a quem o enunciador dirige o seu discurso, que não é entendido como uma figura dotada de passividade, mas que exerce um papel ativo no processo discursivo. O termo co-enunciador foi introduzido pela lingüística enunciativa por Culioli, como um termo correlativo ao de enunciador, acentuando a idéia de que a enunciação é um processo no qual dois participantes desempenham um papel ativo, pois numa enunciação há uma alternância do papel de ouvinte e locutor, fazendo com que ambos participem de forma dinâmica do processo enunciativo. Enquanto a Análise do Discurso utiliza as terminologias enunciador e co-enunciador, a Retórica fala em locutor e receptor. Segundo os estudos retóricos, o locutor designa a pessoa que fala, aquela que emite uma mensagem no ato da comunicação efetiva. Consoante Charaudeau & Maingueneau (2004, p. 311), o locutor é o sujeito falante responsável pelo ato de linguagem e, portanto, exterior a este. Opõe-se, nessa mesma relação de exterioridade, ao sujeito que acolhe o ato de linguagem que pode ser designado nos termos de interlocutor, receptor ou alocutário. Portanto, para os estudos retóricos, utiliza-se a terminologia orador como sinônimo da terminologia locutor, e auditório como sinônimo de receptor.

foi o responsável por sistematizar a Retórica como a arte da persuasão. Foi com Aristóteles que o conceito de *ethos* foi colocado como ponto fundamental para o exercício de persuasão. Segundo ele, há três espécies de provas empregadas pelo orador para persuadir seu auditório, quais sejam: o caráter do orador (o que ele chamou de *ethos*); as paixões despertadas nos ouvintes (o *páthos*), e o próprio discurso (o *lógos*). Assim, o ouvinte se deixa convencer pelas três provas. O *páthos* é, em Aristóteles, a representação dos sentimentos do próprio auditório. Para convencê-lo é preciso impressionar, seduzir, fundamentar os argumentos na paixão, para que se possa aumentar o poder de persuasão. Dessa forma, o *páthos* liga-se ao ouvinte, sobre o qual recai a carga afetiva gerada pelo *lógos* do orador. Este último, por sua vez, como sendo o discurso, convence, por si mesmo, pelos argumentos utilizados em situação de comunicação concreta. O *lógos* pode ser ornamental, literário, argumentativo etc. O tipo de argumento dependerá da situação comunicativa concreta na qual se insere o orador. Consoante Meyer (1994, p. 43):

O orador é simbolizado pelo *ethos*: a sua credibilidade assenta no seu caráter, na sua honorabilidade, na sua virtude, em suma, na confiança que nele se deposita. O auditório é representado pelo *páthos*: para convencê-lo é preciso impressioná-lo (...) Resta enfim, a terceira componente, sem dúvida, mais objetiva: o *lógos*, o discurso.

O *ethos*, portanto, estaria ligado ao orador, ao seu caráter, à sua virtude, na confiança que ele pode gerar no auditório. O caráter (ou *ethos*) do orador constituirá ponto importante na persuasão, pois, segundo Aristóteles (1998, p. 49):

Persuade-se pelo caráter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé. Pois acreditamos mais e bem mais depressa em pessoas honestas, em todas as coisas em geral, mas sobretudo nas de que não há conhecimento exacto e que deixam margem para dúvida.

Dessa forma, Aristóteles argumenta que a confiança do auditório no orador reveste-se de maior importância "sobre aquelas coisas em que não há possibilidade de se ter certeza e que deixam lugar a dúvidas" (ROHDEN, 1997, p. 90).

O *ethos* aristotélico não pode ser compreendido isoladamente do *páthos* e do *lógos* no processo retórico; no entanto, Aristóteles afirma que o *ethos* constitui praticamente a mais importante das provas. Meyer (1994, p. 49-50) declara:

*Páthos, lógos e ethos* encontram-se sem que possamos nunca delimitá-los com precisão. A autojustificação implica argumentos (*lógos*) mas também o ter em conta o outro (*páthos*) a quem se quer agradar para ser aceito ou a quem se quer manipular (*ethos*).

Assim, na concepção aristotélica, o *ethos* será o caráter do orador representado através do discurso, caráter esse que desempenhará um importante papel na persuasão. O *ethos*, para Aristóteles, pode ser compreendido como a imagem de si que o orador cria através do discurso (o *ethos* se faz no âmbito do discurso) e não equivale necessariamente ao caráter real do orador.

### **O *ethos* em Maingueneau**

A Análise do Discurso, tendo como principal expoente nos estudos do *ethos* Maingueneau (1997, 2001, 2005a, 2005b, 2006), vai retomar o conceito aristotélico de *ethos* quando afirma que este é a imagem de si no discurso. No entanto, a Análise do Discurso vai além dos estudos elaborados pela Retórica, pois pretende analisar as imagens criadas pelos enunciadores no discurso, baseando-se não apenas em situações de eloquência judiciária ou em enunciados orais, mas se estendendo a todo e qualquer discurso, mesmo àqueles presentes no texto escrito.

A noção de *ethos* permite refletir sobre o processo mais geral da adesão dos sujeitos a uma certa posição discursiva. Retomando a idéia aristotélica de que o *ethos* é construído na instância do discurso, Maingueneau (2005, 2005b) afirma que não existe um *ethos* preestabelecido, mas sim um *ethos* construído no âmbito da atividade discursiva. Assim, a imagem de si é um fenômeno que se constrói dentro da instância enunciativa, no momento em que o enunciador

toma a palavra e se mostra através do seu discurso. Barthes *apud* Maingueneau (2005a, p. 70) define, então, o *ethos*, da seguinte maneira:

São os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: são os ares que assume ao se apresentar (...). O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: eu sou isso e não aquilo.

Assim, diz-se que o *ethos* liga-se ao orador, através principalmente das escolhas lingüísticas feitas por ele, escolhas estas que revelam pistas acerca da imagem do próprio orador, continuamente construída no âmbito discursivo.

Ao sistematizar o conceito de *ethos* para a Análise do Discurso, Maingueneau (1997, 2001, 2005a, 2005b, 2006) afirma que este se liga diretamente ao tom que engendra o discurso. Esse tom, por sua vez, estaria ligado a uma corporalidade e ao caráter do enunciador. Segundo Maingueneau (1997, p. 46), "a Retórica antiga organizava-se em torno da palavra viva e integrava, conseqüentemente, à sua reflexão, o aspecto físico do orador, seus gestos, bem como sua entonação". Nos textos escritos não há a representação direta dos aspectos físicos do orador, mas há pistas que indicam e levam o co-enunciador a atribuir uma corporalidade e um caráter ao enunciador, categorias essas que interagem no campo discursivo. Para o referido autor, o caráter seria "o conjunto de traços psicológicos que o leitor-ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer" (MAINGUENEAU, 1997 p. 47), enquanto que a corporalidade remeteria a uma representação do corpo do enunciador, construído no processo discursivo.

Assim, pode-se dizer que o *ethos* relaciona-se com a construção de uma corporalidade do enunciador por intermédio de um tom lançado por ele no âmbito discursivo. O tom permitirá ao leitor construir, no texto escrito, uma representação subjetiva do corpo do enunciador, corpo este manifestado não fisicamente, mas construído no âmbito da representação subjetiva. A imagem corporal do enunciador faz emergir a figura do fiador, entendida aqui como aquela que deriva da representação do corpo do enunciador efetivo, se construindo no âmbito do discurso. O fiador é aquele que se revela no discurso e não corresponde necessariamente ao enunciador efetivo.

Assim, no âmbito discursivo, pode-se criar a imagem de um fiador calmo e tranqüilo, mesmo que o enunciador não tenha essas características. Essa construção da imagem do fiador se relacionará, portanto, com as escolhas lexicais feitas pelo enunciador, que conferirão ao enunciado um tom de calma e tranqüilidade, fazendo emergir, portanto, a imagem de um fiador calmo e tranqüilo. O fiador, para Maingueneau (2005a; 2005b), é uma imagem construída pelo co-enunciador com base em indícios textuais de diversas ordens.

### Breve análise de dados

Objetivando exemplificar melhor os conceitos utilizados neste artigo procedeu-se à análise de dados, a partir de dois exemplos centrais extraídos do corpus de pesquisa. Os trechos aqui colocados pretendem revelar o modo como os elementos constituintes do *ethos*, conforme postulados por Maingueneau, estão presentes.

Exemplificando melhor essa questão, toma-se como base o trecho de um *blog* de uma adolescente de 16 anos que está colocado abaixo:

Exemplo 1:

*BLOG DA CAMILA:*

Meu noMe é **Camila** nick CaCaZiNha ou cAcA, eU teNho 16 aNoS e apago veLiNhas no dia 21/01, poRtando soU AquaRiaNa! teNhu gênio foRte, soU coMplicaDa e ChoRoNa! **eU aMo meuS aMigoS**, miNha família, boRboLeTaS, fLoReS, caRtaS, cHoCoLaTe, MeU ceL, fiCaR oLhanDu u maR, peNsaR coiSaS iNúteiS, RiR, pRaia, SaiR, teLefoNe, neRdiaR, ChoRaR, RoSa ... eU não goSto de faLsiDaDe e sóH! aMiZaDe pRa miM éH tuDo.. keM nauM teM uM aMigo nauM tem naDa!

Retirado de: <http://www.cacazuda.weblogger.terra.com.br/index.htm>

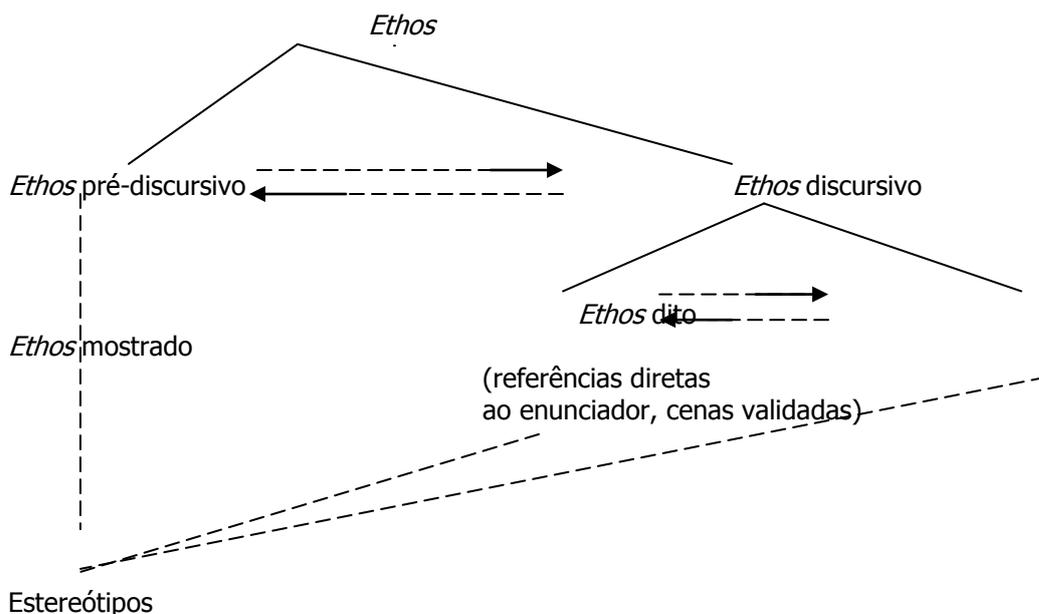
No trecho do exemplo (1), aparece a imagem de uma fiadora romântica e sonhadora, com a qual as leitoras adolescentes podem se identificar. O tom romântico e sonhador revela-se principalmente pela escolha de determinadas

expressões, tais como: “eu amo meus amigos, minha família, borboletas, ou ainda, ficar olhando o mar”, entre outras.

Assim, a utilização de determinadas palavras em lugar de outras, o uso de diminutivos, aumentativos etc. ou de certas expressões, como as exemplificadas anteriormente, pode indicar determinado tom a depender da forma como o enunciador se apropria da língua. No caso do enunciado “eu amo meus amigos, minha família, borboletas, ou ainda, ficar olhando o mar”, fica patente a carga emotiva, fazendo com que o tom da enunciação seja concebido como um tom romântico.

No exemplo (1), percebe-se ainda o tom romântico do discurso e associa-se a imagem da adolescente que escreveu esse *blog* à de uma adolescente romântica e sonhadora, revelando-se um *ethos* doce, lúdico. Esta imagem reveste-se de uma corporalidade na qual uma adolescente doce, frágil, é encenada, apoiando-se sobre um conjunto de representações sociais que se constroem sobre a idéia de que as adolescentes de dezesseis anos estão em busca do amor, de um “príncipe encantado”, como num sonho, e, por isso, são românticas e frágeis.

Maingueneau (2005b) estabelece uma importante diferenciação entre o *ethos* dito e o mostrado. O *ethos* dito é aquele através do qual o enunciador mostra diretamente suas características, dizendo ser essa ou aquela pessoa, ao passo que o *ethos* mostrado é aquele que não é dito diretamente pelo enunciador, mas é reconstituído através de pistas fornecidas por ele no seu discurso. Maingueneau (2005b, p.71) ainda observa: “se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode negar, no entanto, que o público constrói representações do *ethos* antes mesmo que ele (o enunciador) fale”. Assim, faz-se uma distinção entre o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo. O *ethos* pré-discursivo seria, portanto, a imagem que o co-enunciador faz do enunciador, antes mesmo que este último tome a palavra para si. O esquema de Maingueneau (2005b), colocado a seguir, permite uma melhor compreensão dessa relação.



Segundo o esquema proposto, o *ethos* compõe-se de duas partes: o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo. Essas duas categorias relacionam-se mutuamente a partir do momento em que o *ethos* pré-discursivo pode ou não ser confirmado pelo *ethos* discursivo, ou ainda quando o *ethos* discursivo pode reformular a imagem inicial formada pelo *ethos* pré-discursivo, confirmado ou refutado.

O *ethos* discursivo, por sua vez, engloba as noções de *ethos* dito e *ethos* mostrado. O *ethos* dito seria aquele criado através das referências diretas ao enunciador, enquanto o *ethos* mostrado estaria no domínio do não explícito, da imagem que não está diretamente representada no texto, mas que pode ser construída através de pistas seguidas pelo co-enunciador. O *ethos* dito e o *ethos* mostrado, assim como sugerido no esquema, relacionam-se mutuamente, já que não há uma linha clara de separação entre o explicitado e o não explicitado.

Na base do esquema, estão os estereótipos, através dos quais o co-enunciador utiliza-se de representações culturais fixas, de modelos pré-construídos para atribuir algumas características e não outras ao enunciador.

Para exemplificar melhor as questões abordadas até aqui, lança-se mão de um trecho da imagem do *blog* da Camila colocada a seguir:

Exemplo 2:



No caso do exemplo (2), ilustrado anteriormente, há o uso das cores rosa e azul, indicando de antemão uma atmosfera leve e doce, que vem a ser confirmada pelo discurso da enunciadora. Ao mesmo tempo, a frase de chamada, “deixa eu aprender o que é o amor, por mais difícil que isso seja”, presente no *blog*, fornece pistas acerca da imagem de uma fiadora romântica que nele se constitui. Essa imagem, por sua vez, baseia-se em noções estereotipadas do romântico. Ser romântico, portanto, é ser sonhador, fantasioso, devaneador, segundo as características pré-atribuídas culturalmente. A cor rosa (que se relaciona ao amor) e a cor azul (que se relaciona com a doçura, a tranquilidade) contribuem para a confirmação do estereótipo inicial do *ethos* romântico e doce. Assim, o *ethos* pré-discursivo, construído por meio das pistas citadas anteriormente, coincide com o *ethos* discursivo, mostrado no momento do discurso pela escrevente do *blog*: o de uma adolescente sonhadora e que busca compreender “o que é o amor”.

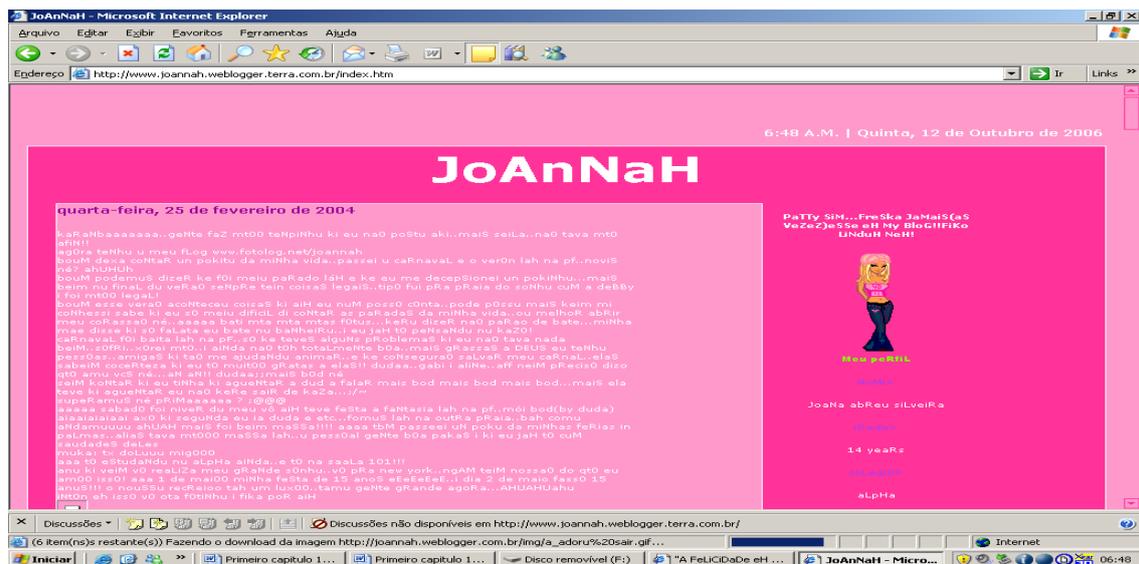
É importante ressaltar também que todo discurso pressupõe uma cena enunciativa, cena esta que é a base para que o discurso possa ser enunciado.

Ao observar o *blog* da Camila pela primeira vez, o co-enunciador será levado a construir uma imagem da enunciadora, antes mesmo que ela leia o que tem escrito no *blog* e conheça o seu conteúdo. Assim, aspectos como a cor utilizada no *blog*, as frases de chamada, as imagens presentes no mesmo, criam uma situação favorável à construção de uma dada imagem pré-discursiva (*ethos* pré-discursivo), que poderá ou não ser confirmada pelo *ethos* discursivo,

por aquilo que é mostrado ou dito no âmbito do discurso do *blog* aqui citado. O *ethos* pré-discursivo liga-se a estereótipos estabelecidos pela sociedade, estes últimos remetem a noções cristalizadas e fixas de algo. Assim, o romântico carrega um estereótipo de alguém doce e sensível, estereótipo este que é ativado mentalmente e que exerce influência nas concepções de *ethos* dito e mostrado.

O estereótipo contribui para a constituição do *ethos* nos *blogs*, uma vez que a imagem da enunciativa constitui-se não apenas pelo que ela diz ou mostra ser, mas também pelos estereótipos que circulam socialmente e direcionam a formação da imagem da escrevente. O trecho a seguir representa o trecho do *blog* da *Joannah* que será aqui analisado.

Exemplo 3:



*Patty sim, freska jamais (às vezes)*. É com esta chamada que a escrevente do *blog*, *Joannah*, inicia a descrição de si mesma. Ao enunciar-se através desta frase, a escrevente pretende inicialmente dizer: eu sou isto, não aquilo. Porém, por que é necessário e importante para ela fazer essa restrição? Isso ocorre porque os seus co-enunciadores, ou nas palavras da nova Retórica, seu auditório particular, é constituído por adolescentes da mesma faixa etária da escrevente (treze e quatorze anos), para os quais ser *patty* (ser “patricinha”) é sinônimo de ser uma pessoa “cheia de não-me-toques”, ou nas palavras dos

próprios adolescentes ser uma pessoa “fresca”. No intuito de quebrar essa imagem negativa que poderia ser atribuída a si própria, a escrevente enuncia: “sou patty, mas não sou freska só às vezes”. Apenas observando esse trecho, nota-se a existência de um estereótipo inicial, indicado pela própria escrevente: o de ser “patricinha”. O que é ser “patricinha”? Quais os estereótipos pré-atribuídos a elas?

As “patricinhas” são vistas como garotas que só usam roupas e acessórios de marca, que estão sempre seguindo as tendências ditadas pela moda televisiva, consideradas consumistas e fúteis por pensarem demais em bens-materiais, etc.

A formação discursiva da “patricinha” enquanto menina mimada e fútil circula, com certa facilidade, dentro do grupo do qual a adolescente faz parte. No entanto, não se pode concebê-la como uma unidade fechada em si mesma, mas sim como um fenômeno que representa sempre um embate entre posições ideológicas do sujeito social. Consoante Brandão (2004, p. 47):

Constituindo o discurso um dos aspectos materiais de ideologia, pode-se afirmar que o discursivo é uma espécie pertencente ao gênero ideológico. Em outros termos, a formação ideológica tem necessariamente como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas.

Enquanto para os adolescentes a representação da *patricinha* é vista de modo negativo e até pejorativo; para o grupo das mulheres que se preocupam excessivamente com a beleza, com a moda, com os bens materiais, não. Há aí um embate entre posições ideológicas diferentes, engendrados por uma mesma formação discursiva.

Assim, no momento da identificação que Joannah faz de si própria, ao afirmar que é “patricinha”, são mobilizadas pelo interdiscurso todas as características estabelecidas pela formação discursiva corrente na sociedade em relação a essa representação. Isso se faz principalmente por meio do processo de estereotipização que guiará os co-enunciadores de Joannah no momento do estabelecimento de uma imagem da enunciativa.

Consoante Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 213) os estereótipos constituem-se como uma representação coletiva que subentende atitudes de indivíduos ou de grupos, direcionando o comportamento dos mesmos. Assim, um estereótipo pode ser entendido, grosso modo, como um carimbo que é pré-atribuído a alguém. O estereótipo revela a forma como se pretende encaixar pessoas que possuam características semelhantes, dentro de um mesmo esquema comportamental, como se essas pessoas não possuíssem vontade própria.

Amossy (2005, p. 126) ao falar sobre a estereotipização no processo retórico, afirma:

O orador adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados pelo seu público-alvo. Ele o faz não somente pelo que diz de sua própria pessoa (frequentemente não é de bom tom falar de si), mas também pelas modalidades de sua enunciação. É então que ele incumbe o receptor de formar uma impressão do orador relacionando-o a uma categoria conhecida.

O esquema coletivo de representação da patricinha está de antemão interiorizado pelo seu público-alvo, pelo auditório particular da adolescente ou ainda pelos seus co-enunciadores. Para estes, esta imagem é bastante conhecida, e as características atribuídas a ela são comuns para todos, servindo como uma forma de classificação das garotas dentro de determinado esquema.

Desse modo, percebe-se como os estereótipos colocados por Maingueneau na base do esquema do *ethos*, interferem na formação da imagem da fiadora e como o auditório ao qual o *blog* se dirige interfere no discurso da enunciativa. Assim, o *ethos* da enunciativa será construído a partir da interação constante entre enunciativador e co-enunciativador, sendo o discurso da escrevente constantemente regulado pelas expectativas do auditório particular.

## Considerações finais

A concepção de *ethos* para a Análise do Discurso, engendrada por Maingueneau (2005) está relacionada a diversos elementos discursivos: tom, caráter e corporalidade, elementos constituintes da cenografia do discurso e também pelos estereótipos que circundam socialmente como categorias que influenciam na formação da imagem do enunciador.

Dessa forma, a categoria *ethos* não está ligada apenas ao enunciador, à imagem que este reivindica para si próprio, mas se apresenta como uma categoria interativa, uma vez que a imagem dos enunciadores adequam-se às expectativas de um auditório particular, que direcionam e dirigem o discurso dos primeiros.

Assim, o *blog*, apesar de ser concebido como um espaço intimista, um diário virtual no qual se escreve sobre si, sobre sua vida pessoal, expectativas e sonhos, retomando a prática de escrita dos diários tradicionais, não representa, o escancaramento da intimidade num meio público: a Internet. Nos *blogs* fala-se aquilo que pode ser dito, aquilo que atende às expectativas de um auditório particular que regula o discurso dos escreventes.

Sendo assim, o *blog* instaura um novo espaço discursivo: o espaço intimista pautado na relação direta com o outro do discurso, no qual o "outro" ocupa na construção da intimidade do "eu" um lugar de destaque. O *ethos* vai carregar também, por sua vez, a dimensão do "outro" discursivo, uma vez que a imagem do enunciador é criada e recriada pelos co-enunciadores, numa perspectiva interativa, por intermédio de processos de estereotipização, que podem ou não ser confirmados pelo processo discursivo.

## Referências

AMOSSY, Ruth. O *ethos* na análise do discurso de Dominique Maingueneau. In: \_\_\_\_\_. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005a. p. 16-17.

AMOSSY, Ruth. Estereotipagem e construção de uma imagem de si. In: \_\_\_\_\_. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005a. p. 125-127.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Introdução de Manuel Alexandre Júnior. Tradução e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa nacional-casa da moeda, 1998.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. São Paulo: Editora da Unicamp, 2004.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. Da língua ao discurso, do homogêneo ao heterogêneo. In: BRAIT, Beth (Org.). *Estudos enunciativos no Brasil: histórias e perspectivas*. São Paulo: Fapesp, 2001. p. 59-69.

CARVALHO, Rosa Meire. *Diários Íntimos na Era Digital: Diários Públicos, Mundos Privados*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Bahia, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf>>.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto. *Análise do discurso: as materialidades do sentido* (Orgs.). São Carlos: Claraluz, 2003.

KOMESU, Fabiana. *Entre o público e o privado: um jogo enunciativo na constituição do escrevente de blogs da Internet*. 2005, 271p. Tese (Doutorado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

LAUSBERG, Heinrich. *Elementos de Retórica literária*. 3. ed. Tradução, prefácio e aditamentos de R. M. Rosado Fernandes. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1967

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. *Discurso Literário*. Tradução de Adail Sobral. São paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_, Dominique. *Gênese dos discursos*. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar Edições, 2005a.

\_\_\_\_\_, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

\_\_\_\_\_, Dominique. *Ethos, cenografia e incorporação*. In: AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005b. p. 68-92.