

METADISCURSO E *ETHOS* EM TEXTO DISSERTATIVO ESCOLAR

por Maria da Graça dos Santos Faria (UFMA)¹ e Mariza Angélica Paiva Brito (UFC)²

RESUMO

Neste artigo, propomo-nos analisar as manifestações metadiscursivas na construção dos argumentos e sua relação com o *ethos* discursivo em uma determinada situação comunicativa – a dissertação de vestibulando. O propósito é demonstrar que ambas as noções (de *ethos* e de metadiscursividade), dentro das especificidades de cada linha teórica a que se filiam, têm como pressuposto fundamental para a análise a presença de um enunciador que defende um ponto de vista, ao mesmo tempo em que busca obter a adesão do outro participante no discurso.

PALAVRAS-CHAVE: metadiscorso; *ethos*; gênero escolar.

METADISCOURSE AND ETHOS IN DISSERTATIVE TEXT

ABSTRACT

It is intended in this article to analyze metadiscursive manifestations in the construction of arguments and its relation with the *ethos* in a determined communicative situation – a university candidate's essay. Its main purpose is to demonstrate that both notions (*ethos* and metadiscoursevity), within the specificities of each theoretical line they are affiliated with, have a fundamental assumption for analysis: that the presence of an enunciator who defends a point of view while aiming to obtain the other discourse participant's adhesion exists.

KEYWORDS: metadiscourse; *ethos*; academic genre.

1. Professora de Língua Portuguesa e Literatura na Universidade Federal do Maranhão e Doutora em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará/Universidade Federal do Maranhão.

2. Pós-Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará e Doutora em Linguística pelo mesmo programa.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa pretende relacionar a noção de *ethos* elaborada por Maingueneau (2001) e a noção de metadiscorso interacional, que contempla as dimensões de posicionamento e de engajamento, de Hyland (2005), na análise de um contexto de redação dissertativa de um vestibulando de 2009, que concorria a uma vaga em uma universidade pública do Maranhão.

Essa perspectiva considera que a proposta de Hyland (2005) focaliza o metadiscorso interacional não somente como uma forma de organização textual, mas sobretudo como elemento necessário na construção discursiva e, também, como um modo de marcar o posicionamento de um enunciador diante de um coenunciador numa determinada situação comunicativa. Defendemos o ponto de vista de que tais noções de posicionamento e de engajamento guardam estreita relação com a noção de *ethos*, na proposta defendida por Maingueneau, embora não se atenham à consideração das interdiscursividades.

O metadiscorso não pode ser entendido como um fenômeno unicamente linguístico e pragmático (como na proposta de Jakobson, 1963), nem pode ser entendido apenas como um fenômeno de heterogeneidade enunciativa (como na Análise do Discurso (AD) de orientação francesa), ainda que a escolha de expressões de heterogeneidade enunciativa seja uma atitude metadiscursiva. O metadiscorso aqui entendido constitui um fenômeno retórico e pragmático, principalmente, e sua marcação é orientada sobretudo por estratégias persuasivas. Queremos argumentar que uma análise discursiva ampla, como a que se pratica nas análises de discurso, não prescinde das estratégias de argumentação retórica. Como afirma Hyland (1998, p.15): “Os traços retóricos podem ser entendidos e vistos não somente no contexto em que eles ocorrem, mas como um resultado metadiscursivo, devendo ser analisados como parte de práticas, valores e ideias de uma comunidade discursiva.”

Nesse sentido, entrevemos um ponto em comum entre essa visão metadiscursiva e a noção de *ethos* elaborada por Maingueneau (2001). O autor defende a ideia de que o texto escrito possui uma *vocalidade*, que pode ser entendida como um modo de enunciação que expressa um posicionamento culturalmente compartilhado.

A finalidade deste trabalho é destacar os mecanismos argumentativos de operadores metadiscursivos, descrevendo-os como uma manifestação do *ethos*, por meio de um *tom* crível, em uma situação comunicativa específica. Neste caso, essa situação comunicativa será observada em uma redação escolar em que se busca defender um ponto de vista e conquistar a adesão do outro no discurso.

2. NOÇÕES SOBRE *ETHOS*

Quem tratou com pioneirismo da discussão sobre *ethos* foi Aristóteles, dentro de uma perspectiva retórica. Segundo a sua Arte Retórica (s/d), o orador, para ter eficácia na sua argumentação, deve lidar com os seguintes fatores: o *logos*, o *pathos* e o *ethos*.

O *logos* concerniria à argumentação propriamente dita, ou às estratégias linguísticas convocadas para determinado fim persuasivo; o *pathos*, por sua vez, diria respeito ao conjunto de emoções, paixões e sentimentos que o orador suscitaria no seu auditório; o *ethos* seria o caráter que o orador deveria parecer ter a fim de revelar-se “sensato, sincero, simpático” com vistas a gerar confiança no seu público, o qual também seria possuidor de um caráter.

Assim, a construção do orador, a construção do texto e a preocupação de obter uma disposição do auditório são elementos fundamentais para se conseguir a persuasão, ou seja, para se estabelecer uma relação entre orador e auditório.

Com respeito ao *ethos*, a Retórica aristotélica, segundo Maingueneau (2001), entendia o termo como: as propriedades que os oradores se conferem implicitamente através de sua maneira de dizer; não o que dizem explicitamente sobre si próprios, mas a personalidade que revelam ao **se exprimir**.

Dessa forma, pode-se entender que o *ethos* é, por natureza, um comportamento que, enquanto tal, se articula verbal e não verbalmente para provocar no destinatário efeitos que não decorrem apenas de palavras, pois os índices sobre os quais se apoia o interlocutor vão desde a escolha do registro da língua e das palavras até o planejamento textual, passando pelo ritmo e pela modulação. O *ethos* se elabora, assim, por meio de uma percepção complexa que mobiliza a afetividade do interlocutor, o qual tira suas informações do material linguístico e do ambiente.

A aproximação da noção retórica com a noção discursiva de *ethos* é também defendida por Gonçalves (2006), como se vê no seguinte comentário:

Ora, como pregava a retórica grega, para que um proferimento verbal seja exitoso, nele devem existir as credenciais do seu locutor para que legitimem, através de um ar de autoridade e de benevolência, o seu discurso. Autoridade e afeto parecem ser, pois, expedientes para o cumprimento das condições de êxito dos atos de discurso. Além disso, com Bourdieu (*op.cit.*), podemos acrescentar a isso que os atos de fala têm forte relação com a héxis corporal (*habitus*). Assim, a corporalidade do enunciador (como a vestimenta, a postura corporal, a gestualidade, enfim toda a héxis corporal) que o ato discursivo exige para que determinadas elocuições se efetivem com sucesso frente ao coenunciador constitui-se num elemento fundamental para o *ethos* que o enunciador deseja elaborar. (GONÇALVES, 2006, p. 93)

De todo modo, fica óbvio que a noção de *ethos* não tem um valor único desde a sua origem. Maingueneau (2001) concorda com a retórica aristotélica em três pontos: o *ethos* é uma noção discursiva (pois se constitui por meio do discurso); é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro; e é uma noção híbrida (sociodiscursiva), um comportamento social que não pode ser avaliado fora de uma situação comunicativa, que, por sua vez, é integrada a uma conjuntura sócio-histórica determinada.

Neste último aspecto, a AD francesa começa a ultrapassar a retórica aristotélica. Esse cunho sociodiscursivo da noção de *ethos* foi bastante enfatizada por Amossy (2005), para quem a ação que o orador exerce sobre o auditório não é apenas linguística, mas principalmente social; construir um *ethos* seria criar imagens de si no discurso.

Vale ressaltar que, embora a retórica aristotélica tenha ligado o *ethos* à oralidade, Maingueneau (2008) amplia essa visão, propondo que qualquer texto escrito tenha uma vocalidade, ainda que negue ter:

Todo texto escrito, mesmo que o negue, tem uma *vocalidade* que pode se manifestar numa multiplicidade de *tons*, estando eles, por sua vez, associados a uma caracterização do corpo do enunciador (e, bem entendido, não do corpo do locutor extradiscursivo), a um *fiador*, construído pelo destinatário a partir de índices liberados na enunciação. O termo *tom* tem a vantagem de valer tanto para o escrito quanto para o oral. (MAINGUENEAU, 2008, p. 17-18)

É justamente essa caracterização do conceito de tons de vocalidade que nos parece claramente ligada às noções metadiscursivas de posicionamento e de engajamento, mesmo que dentro de considerações teóricas distintas.

Além da vocalidade, Maingueneau (1997) destaca o caráter e a corporalidade do *ethos*:

O *caráter* corresponde a este conjunto de traços *psicológicos* que o leitor ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função do seu modo de dizer [...]. Deve-se dizer o mesmo a propósito da *corporalidade* que remete a uma representação do corpo do enunciador da formação discursiva. Corpo que não é oferecido ao olhar, que não é uma presença plena, mas uma espécie de fantasma induzido pelo destinatário como correlato de sua leitura. (MAINGUENEAU, 1997, p. 47)

Maingueneau (1997) também destaca que o *ethos* não pode ser considerado da mesma forma em qualquer texto, já que não é um processo uniforme: o *ethos* se modula em função dos gêneros e dos tipos de discurso, privilegiando, assim, muitas possibilidades de explorações discursivas.

Essa perspectiva de Maingueneau ultrapassa o quadro de argumentação retórica, pois, além da persuasão pelos argumentos, a sua noção permite refletir sobre o processo mais geral da adesão dos sujeitos a determinado posicionamento discursivo. Nosso ponto de vista da relação intrínseca entre metadiscorso e *ethos* se confirma na assertiva do autor de que, desde que haja enunciação, alguma coisa da ordem do *ethos* se encontra liberada.

Para Maingueneau (2008), a qualidade do *ethos* remete à figura do fiador que, por meio da sua fala, constrói uma identidade compatível com o suposto mundo que ele faz surgir em ser enunciado. Esse mundo do qual o fiador faz parte e ao qual dá acesso chama-se *mundo ético*.

Nesse sentido, o autor apresenta o *ethos* efetivo, que é constituído pelo *ethos* discursivo e o *ethos* pré-discursivo. O *ethos* discursivo refere-se à imagem que o locutor constrói de si mesmo no decorrer do evento enunciativo, e o *ethos* pré-discursivo diz respeito à imagem que o orador tem no seu espaço social e às interpretações que circulam sobre sua pessoa antes mesmo de qualquer interação.

O *ethos* discursivo, por sua vez, é constituído pelo *ethos* mostrado e o *ethos* dito, mas a distinção entre esses dois tipos de *ethos* não é clara, conforme as próprias palavras de Maingueneau (2008, p. 18): “É impossível definir uma fronteira nítida entre o dito sugerido e o puramente mostrado pela enunciação”. Vale destacar que todos esses *ethé* relacionam-se diretamente com os estereótipos ligados aos mundos éticos, como se pode observar no esquema a seguir.

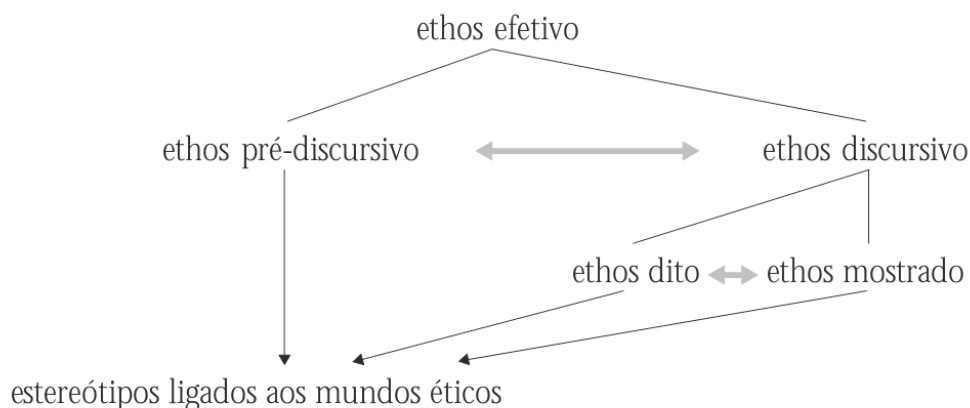


Figura 1: Esquema de ethé (MAINGUENEAU, 2008, p. 83)

É por meio do *ethos* que o destinatário está, de fato, convocado a um lugar, inscrito na *cena de enunciação* que o texto implica. Essa cena de enunciação se compõe de três quadros, que Maingueneau (1997) chamou de: cena englobante, cena genérica e cenografia. Note-se que, dentro desse enquadre, a visão de *ethos* já começa a servir a um propósito maior: o de caracterizar o contexto sócio-histórico-discursivo em que dada situação comunicativa se insere.

A cena englobante é a que corresponde ao tipo de discurso. Atribuindo ao discurso um estatuto pragmático-discursivo, ela o integra em um tipo: publicitário, administrativo, filosófico, etc. A cena genérica é a que estabelece um contrato com um gênero ou um subgênero de discurso: o editorial, o sermão, o guia turístico, a consulta médica. Cada gênero de discurso define seus próprios papéis, por exemplo: num panfleto de campanha eleitoral, existe um candidato dirigindo-se a eleitores. Como bem afirma Gonçalves (2006), o *ethos* e os elementos implicados em toda interação se interinfluenciam:

É preciso dizer que a construção do *ethos* em cada um desses elementos da dinâmica comunicativa se interinfluenciam. Não raro, o *ethos* do gênero se mescla ao do enunciador, que forma sua imagem a partir das representações éticas que guarda do seu enunciatário. Isto tudo sem falar, a exemplo dos gêneros narrativos, do *ethos* das personagens, em quem, muitas vezes, o narrador projeta o caráter de

si e o do outro, colocando-se na perspectiva da imagem construída para os seus personagens, como acontece comumente nas narrativas das parábolas contadas por Jesus. (GONÇALVES, 2006:125)

A cenografia, por sua vez, não é imposta pelo gênero, mas construída pelo próprio texto: um sermão pode ser enunciado por meio de uma cenografia professoral, profética, amigável, etc.

Mainueneau (1993) destaca que há gêneros de discurso que se limitam à sua cena genérica, isto é, que não permitem cenografias variadas, como guia telefônico, receitas médicas, etc. Por outro lado, há gêneros que permitem escolhas de uma cenografia, como gêneros literários, filosóficos, publicitários, etc. Entre esses dois extremos, situam-se os gêneros suscetíveis de cenografias variadas, mas que, mais frequentemente, mantêm sua cena genérica rotineira, como, por exemplo, os manuais universitários.

Dessa forma, ficam evidenciadas as noções de que a cenografia legitima um enunciado e vice-versa, assim como *ethos* e cenografia implicam um processo de enlaçamento.

Com base na visão de que o *ethos* é uma voz que se posiciona no discurso em uma determinada circunstância comunicativa atrelada a um momento sócio-histórico e na visão de que essa voz busca persuadir o outro para compartilhar do seu ponto de vista, defendemos aqui a ideia de que o pressuposto teórico de Hyland (2005) sobre metadiscursividade, apoiado nas categorias posicionamento e engajamento, vai, em certa medida, ao encontro da noção do *ethos* discursivo elaborado por Mainueneau, conforme é possível perceber pelas características que serão discutidas nos itens seguintes.

3. NOÇÕES SOBRE METADISCURSIVIDADE

O termo metadiscurso, nos estudos linguísticos, possui duas acepções. A primeira o define como recurso que se volta sobre o próprio ato enunciativo. Nessa concepção, os operadores formais da língua são os elementos que compõem as estratégias metadiscursivas. Essa abordagem aproxima-se da noção de metalinguagem (JAKOBSON, 1963).

A segunda acepção aproxima metadiscurso de discurso. Mainueneau (2001, p. 94) faz essa distinção da seguinte maneira: “a definição de metadiscurso oscila constantemente entre uma definição estreita, próxima àquela da metalinguagem dos lógicos, e uma definição ampla, que tende a dissolver o metadiscurso no discurso”.

O foco de considerar o metadiscurso como estratégia de organização do texto é adotada por Hyland (2005, p. 14), que afirma que “metadiscurso envolve aspectos do texto que explicitamente organizam o discurso escrito do ponto de vista do escritor, visando ao conteúdo do texto ao leitor”.

Foi por se dar conta da supremacia desse aspecto interacional (pragmático-discursivo) em relação ao textual (forma) que Hyland (2005) propôs um modelo em que privilegia o metadiscorso interpessoal. Como parâmetros de análise, o autor, nessa visão mais elaborada de metadiscursividade, sugere que se considere tanto o posicionamento (*stance*) como o engajamento (*engagement*) como as duas categorias maiores de análise da metadiscursividade, do ponto de vista retórico, fornecendo, assim, um modo abrangente e integrado de examinar os meios pelos quais a interação se torna mais eficaz a partir de uma argumentação mais elaborada.

Para Hyland (2005), o **posicionamento (*stance*)** é uma dimensão que expressa as atitudes do escritor, o modo como ele se apresenta no discurso, como ele constrói seus julgamentos, opiniões e comprometimentos, para demonstrar sua autoridade no meio discursivo. Fazem parte desta dimensão os atenuadores, intensificadores, marcadores de atitude e automenção. Em breves palavras, os quatro tipos de marcas de posicionamento propostas por Hyland (2005) podem ser definidos da seguinte forma:

i) **Atenuadores** são recursos como *possível, pode, talvez*. Expressam, portanto, a imprecisão e a dúvida. É uma estratégia que confere modéstia ao posicionamento e deferência às visões do outro.

ii) **Intensificadores** são elementos apelativos que se opõem à atenuação por expressarem certeza, convicção e firmeza, por meio de palavras como *claramente, obviamente, demonstrar*.

iii) **Marcadores de atitude** indicam a atitude afetiva do escritor ante as proposições, transmitindo surpresa, concordância, importância, frustração. Exemplos: *concordar, preferir, infelizmente, apropriado, observável*.

iv) **Automenção** indica a presença ou a ausência de uma referência explícita ao autor do texto. É assinalada pelo uso de pronomes pessoais de primeira pessoa, e pelo uso de pronomes possessivos. Ao empregá-los, o escritor não pode evitar projetar suas impressões no texto em relação a seus argumentos e a seus leitores.

Já o **engajamento (*engagement*)** é uma dimensão de alinhamento, pela qual o escritor reconhece a presença dos leitores, invocando-os ao longo da argumentação, focalizando sua atenção, seus (re) conhecimentos e incertezas, de maneira a guiar suas interpretações. São componentes desta dimensão: os pronomes do leitor, apartes pessoais, diretivas, perguntas e conhecimento compartilhado, conforme descrevemos a seguir:

i) **Pronomes do leitor** – em vez de no discurso acadêmico serem usadas as formas de segunda pessoa (te, tu) ou de 3ª (você) para trazer mais explicitamente o leitor para dentro do texto, costuma-se utilizar o *nós* inclusivo.

ii) **Apartes pessoais** – expressam a vontade do escritor de intervir explicitamente, interrompendo o argumento para oferecer um comentário sobre o que está sendo dito. É uma estratégia de orientação do leitor, ao mesmo tempo, pois permite ao escritor responder a uma audiência ativa. É, portanto, amplamente interpessoal.

iii) **Diretivas** – orientam o leitor a realizar uma ação ou a observar algo de um modo particular. São marcados principalmente pelo imperativo, como em *considere-se, nota-se, observa-se*. Mas também podem ser representados por modalizadores deônticos, como: *deve, tem que, necessariamente*, e por expressões do tipo é importante compreender.

iv) **Perguntas** – representam os marcadores interpessoais por excelência, porque convidam o leitor a se engajar diretamente. Elas despertam o interesse do leitor, porque parece que o escritor fala de igual para igual.

v) **Conhecimento compartilhado** – esta noção de compartilhamento é frequentemente invocada para contestar ideias dentro da argumentação do escritor. Fazendo isso, o escritor pressupõe que o leitor sustenta certas crenças e detém certos conhecimentos teóricos e metodológicos. Exemplos: *evidentemente, sabemos que...; esta tendência obviamente reflete...; mais conhecido como...*

De acordo com Hyland (2005), esse modelo, como mostra o esquema que se segue, consolida seu trabalho anterior, Hyland (1998), por oferecer uma estrutura para analisar os recursos linguísticos do posicionamento intersubjetivo.

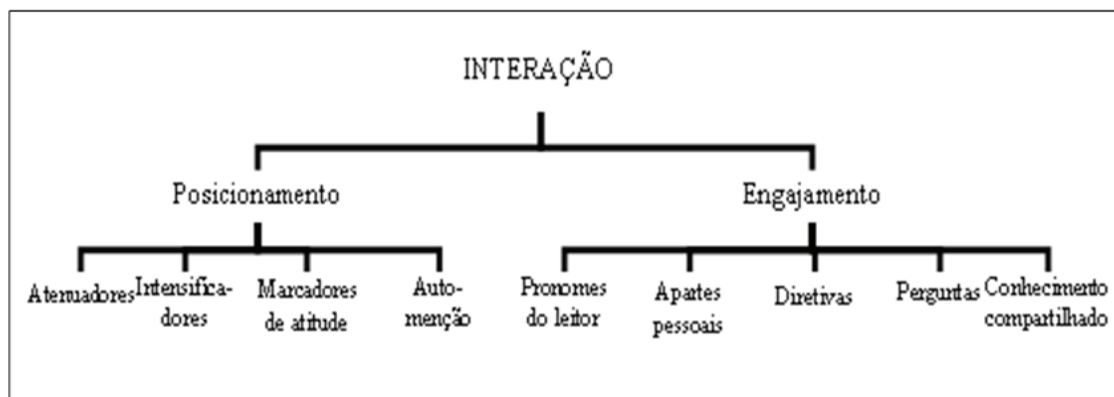


Figura 2: Esquema interação (HYLAND, 2005, p. 12)

Os elementos metadiscursivos, portanto, exercem funções essenciais na organização textual e no modo como o autor se coloca no texto para persuadir seu leitor. Essa visão sobre o metadiscorso justifica-se pelo fato de que todo texto possui uma finalidade argumentativa, supondo uma interação entre escritor e leitor, o que já impede que somente alguns textos busquem a persuasão e desejem merecer crédito em seus argumentos ao defender um posicionamento.

Afinal, é a partir de um propósito argumentativo específico (ou de mais de um) que é possível expressar uma tomada de posição, calcular as expectativas do interlocutor, que espera também, por seu turno, tornar seu enunciado mais confiável, ou, pelo menos, mais aceitável.

Se nos ativermos apenas a uma enunciação estrita, ficaremos no âmbito da retórica, ao analisarmos as estratégias metadiscursivas. Porém, se pretendermos alcançar explicações socioculturais e institucionais para determinados usos de marcadores de posicionamento/engajamento, estaremos no

âmbito da análise do discurso. Eis, portanto, a razão pela qual propusemos uma aproximação teórica entre marcadores de metadiscursividade e *ethos* discursivo: ambas as noções partem de uma tentativa de persuasão de um interlocutor projetado no discurso, e ambas implicam um posicionamento discursivo do locutor constituído na interação. Se os pontos de partida coincidem e co-incidentem, os fins da metadiscursividade e do *ethos* são bem outros. A seguir, na seção 5, faremos uma aplicação da interface aqui proposta entre *ethos* e metadiscursividade, atendo-nos a uma análise da enunciação menos ampla do que a que se faz nas análises do discurso.

4. O GÊNERO REDAÇÃO

Os gêneros textuais são fenômenos históricos vinculados à vida cultural e social. Nesse sentido, o gênero é concebido como atividade social mediada pelo discurso, que permite o acesso do indivíduo ao mundo do conhecimento.

Bakhtin (1995) divide os gêneros em dois grupos: os *gêneros primários*, ligados às relações cotidianas, como uma conversa familiar, conversa face a face, cartas pessoais, ou seja, os gêneros mais comuns do dia-a-dia; e os *gêneros secundários*, construídos em interações mais complexas, como o discurso científico, o romance, isto é, gêneros que se referem a esferas de interação social mais elaboradas.

Bronckart (2007) defende ser no âmbito sócio-histórico que os textos, através das formações sociais, são produtos das atividades de linguagem. Da mesma forma que Marcuschi (2002), Bronckart (2007) entende que os gêneros não podem ser objetos de uma classificação completamente estável.

Schneuwly e Dolz (2004), nessa mesma perspectiva, porém com uma preocupação mais voltada para as práticas de sala de aula, propõem que os gêneros, a serem ensinados na escola, sejam agrupados de acordo com a capacidade que se queira desenvolver: o narrar, o relatar, o expor, o argumentar e o instruir.

A abordagem dos gêneros feita por Schneuwly e Dolz (2004) se insere num planejamento pedagógico de sequência didática, isto é, um conjunto dinâmico de atividades escolares em torno de um gênero. O fundamental dessa proposta é que as sequências didáticas ajudam o aluno a dominar um gênero de texto.

Assim, os chamados modelos didáticos de gêneros podem ser vistos como uma possibilidade de proporcionar oportunidade para desenvolver a capacidade argumentativa dos alunos em trabalhar com a língua num processo de interação.

Aos gêneros praticados em sala de aula, Rojo (2005) chama de gêneros escolares, preservando-lhes a denominação pela qual são conhecidos nas escolas: “a narração escolar, a dissertação escolar, a descrição escolar, chamadas também de gêneros canônicos”. É com base nessa distinção que estamos denominando os gêneros de nossa amostra como *dissertação escolar*, dentro da situação peculiar em que eles são produzidos, para fins de ensino.

A elaboração de uma redação para a entrada na universidade é um momento concreto de atividade linguística, quando o texto produzido pelo aluno é um critério para a conquista de um espaço a princípio desejado e necessário. Além disso, a presença de um enunciador que age levando em consideração um coenunciador por uma urgência de convencê-lo é uma situação específica em que a linguagem em uso é um critério de avaliação e de julgamento. Como acontece com qualquer gênero, a dissertação escolar nasce, portanto, de uma situação de interação efetiva e deve marcar um posicionamento ao se defender um ponto de vista sobre um tema.

5. ANÁLISE DE DADOS

A redação a seguir – do Vestibular da Universidade Federal do Maranhão, de janeiro de 2009 – serve para ilustrar uma análise em que se pretende mostrar que o *ethos* é uma voz coletiva que marca um posicionamento com o fim de conquistar a adesão do coenunciador para (e por) compartilharem uma visão de mundo semelhante.

O tema foi proposto sob forma de pergunta para que o candidato manifestasse sua opinião ao responder se é possível a desmistificação da figura do bandido para reinstalação da ordem no país.

Desmistificando a figura do bandido – garantia de ordem

Para se desmistificar algo, é preciso que se entenda o sentido da palavra mistificar. Tal palavra vem do vocábulo mito, que segundo os gregos é uma narrativa para se explicar a origem das coisas e acontecimentos. E dar uma explicação superficial a um fato ou evento. Portanto, pode-se dizer que mistificar um bandido é ver apenas o que ele aparenta ser, sem considerar as causas que o levaram a tal posição, seu estado psicológico ou o meio no qual ele foi formado.

Desmistificar a figura do bandido é considerar o significado do que é ser bandido. Numa sociedade cujas condutas humanas devem se pautar na lei, em sentido amplo, ser bandido é estar à margem da lei. É ser um lesionador dos direitos humanos, principalmente dos direitos fundamentais: igualdade, liberdade e fraternidade, que ganharam esse status na tão propagada Revolução Francesa.

Seguindo essa linha de raciocínio, constata-se que o bandido não é só aquele que vive lá no morro, na favela, ou na periferia, cujas roupas o denunciam logo – mesmo que ele não seja – nem somente aqueles que assaltam, à mão-armada, o cidadão de bem, entre outros exemplos. Mas constitui-se bandido todo aquele que pensando somente em seus interesses agride e lesiona o outro, física, social ou moralmente.

Nesse sentido, faz-se mister afirmar que existem diversas categorias de bandidos: existem os assumidos (bandidos declarados), os que acham que são “mocinhos” (policiais, políticos e empresários corruptos), e os patológicos (que foram conduzidos ao crime devido as condições desumanas em que se desenvolveram). E haja prisão para tanto bandido!

Assim sendo, não há a possibilidade de reinstalação da ordem no país com a desmistificação da figura do bandido, simplesmente porque ela nunca foi instalada. A nossa luta é pela instalação real e concreta dessa ordem através de condutas humanitárias e uma educação baseada em valores e princípios éticos.

É possível obter-se um perfil discursivo, uma maneira de se apresentar que vai ajudar a constituir o *ethos* do locutor, fazendo com que o interlocutor (coenunciador) assimile e compartilhe um conjunto de ideias que correspondem a um modo de relacionar-se com o social, com o coletivo. Importa-nos mostrar como os marcadores de metadiscursividade colaboram para a configuração dos diferentes tipos de *ethos* nessa interdiscursividade.

Os operadores metadiscursivos relativos à dimensão do posicionamento e do engajamento estão dispostos no gráfico abaixo:

QUADRO ESPECÍFICO DO MODELO INTERACIONAL DE POSICIONAMENTO			
Atenuadores	Intensificadores	Marcadores de atitude	Automenção
pode-se dizer	faz-se mister simplesmente	bandido, lesionado, explicação superficial , instalação real e concreta , tal posição, tal palavra	nossa luta

QUADRO ESPECÍFICO DO MODELO INTERACIONAL DE ENGAJAMENTO				
REDAÇÃO 1/2008				
Pronomes do leitor	Apartes pessoais	Diretivas	Perguntas	Conhecimento compartilhado
_____	Haja prisão para tanto bandido!	Faz-se mister	_____	o sentido da palavra mistificar a propaganda Revolução Francesa a noção do que é ser bandido os tipos de bandido a instalação da ordem no país por meio de condutas humanitárias e educação

Estamos considerando como cena englobante o discurso escolar, ainda que pressupondo que outros discursos estejam atravessados no mesmo texto. Como cena genérica, temos o que estamos designando de redação escolar, ou dissertação escolar. E, como cenografia, temos a própria situação de Exame Vestibular, em que o candidato se vê obrigado a redigir um texto, uma dissertação argumentativa, que será avaliado por corretores e ao qual será atribuída uma nota, com que concorrerá a uma vaga na universidade.

Podemos considerar que o *ethos* pré-discursivo diz respeito à imagem que o orador – um candidato a uma vaga na universidade – tem no espaço social e às interpretações que antecipadamente circulam antes mesmo de qualquer interação. Em outras palavras, tem-se a imagem de um estudante que deve,

de forma coerente, defender seu ponto de vista sobre um tema (no caso, a violência) que é amplamente discutido e compartilhado pela sociedade brasileira.

Por sua vez, o *ethos* discursivo vai se manifestar ao longo da discussão sobre o tema proposto, assumindo a *vocalidade* ou *vocalidades* em toda a redação. O *ethos discursivo* se manifesta na voz que defende um discurso, a princípio, pedagógico, pois, no 1º parágrafo, de forma didática, o locutor explica a etimologia da palavra *mito* e a palavra derivada *mistificar*. Para isso, o locutor escolhe algumas expressões que marcam sua posição, como, por exemplo, a forma atenuadora: *pode-se dizer*, ou uma forma de não *parecer* arrogante ao afirmar o que ele entende por mito e mistificar.

Em seguida, no 2º parágrafo, o *ethos* toma um tom político (não partidário), que defende os direitos fundamentais do homem, tomando por base a Revolução Francesa e seu célebre tripé: igualdade, liberdade e fraternidade – vê-se aí também um fenômeno intertextual, além de interdiscursivo.

Deve-se, ainda destacar que, nesse parágrafo, a escolha dos adjetivos *lesionador* e *propagada* marcam uma atitude que transmite o sentimento, ou melhor, um *tom* de frustração e de revolta do locutor, que não concorda com a possibilidade de desmistificar um bandido.

No 3º parágrafo, o *ethos* manifesta-se ainda como político ao defender o que pressupõe ser uma opinião de um cidadão conhecedor de seus direitos e deveres: “um bandido é aquele que ‘lesiona’ o outro de forma física, moral e socialmente ao buscar seu próprio interesse”.

No 4º parágrafo, o *ethos*, novamente, de forma *professoral*, descreve as categorias existentes de bandido em uma sociedade, o **bandido assumido ou declarado**, o **bandido mocinho** e o **bandido patológico**. Mais uma vez, pode-se constatar que essas nomeações não só marcam uma posição como também servem como formas de apelar para o conhecimento compartilhado, buscando, assim, convencer o outro (o avaliador) de um ponto de vista.

Há, nesse parágrafo, um aparte pessoal na expressão *haja prisão para tanto bandido*, que expressa de forma explícita a vontade do orador em fazer um comentário em tom pessoal ao que está sendo dito. Assim como também o locutor utiliza uma marca diretiva é *mister*, que chama a atenção do outro para observar algo de forma particular.

No 5º e último parágrafo, o locutor encerra seu texto afirmando que só se pode reinstalar a ordem social onde houve ordem social, e que esta só é possível através de implantação de políticas públicas. Ao escolher, portanto, determinadas marcas linguísticas, como *lesionador*, *bandido*, *instalação real e concreta* e *nossa luta*, o enunciador explicitamente se inclui como cidadão vítima de uma realidade social apoiada na falta de ações governamentais de combate à violência.

Esse posicionamento, além de revelar a opinião do enunciador, busca convencer o coenunciador, invocando um conhecimento socialmente compartilhado. Para tanto, busca conceitos históricos de conhecimentos gerais, como: os ideais da Revolução Francesa e a necessidade de políticas humanitárias que tenham por base a educação.

Logo, a opinião do autor, mostrada em suas marcas de posicionamento e o convencimento do coenunciador (engajamento), revela o *ethos* político que perpassa todo o texto.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se observar que, mais do que simplesmente marcar operadores metadiscursivos no texto, há um destaque para a construção argumentativa que organiza a discursividade, marcando, de forma explícita e implícita, o posicionamento do enunciador que se coloca diante de um tema e que ao mesmo tempo busca conquistar a adesão de um coenunciador que precisa ser persuadido de que o uso de linguagem merece ser bem avaliado, por ser algo socialmente compartilhado.

Se a escolha dos marcadores discursivos expressa o que o enunciador pensa sobre um assunto que é compartilhado em uma sociedade ou uma comunidade discursiva (MAINGUENEAU, 2001), pode-se, então, afirmar que esse posicionamento é também a voz ou as vozes que correspondem a essa maneira de pensar coletiva, que orienta a construção de um *ethos*.

Vale ressaltar que há muitas formas metadiscursivas previsíveis na língua, porém há muito mais formas que dependem de várias condições contextuais discursivas, por exemplo, propósitos enunciativos e conhecimentos culturalmente compartilhados.

O que se quer destacar é que apenas o uso de formas metadiscursivas não é suficiente para construir um posicionamento e um engajamento que sustente um argumento consistente, da mesma forma como não é possível fazer com que um *ethos* adquira um tom confiável sem uma organização textual também consistente.

Dito de outra forma, o poder de persuasão de um texto (aqui entendido também como discurso) depende significativamente da habilidade de fazer com que o auditório se identifique com o *mundo ético construído* e também com a corporalidade assumida pelo *fiador*, que se investe de valores sócio-históricos compartilhados.

É possível afirmar que a escolha das estratégias metadiscursivas interfere na introdução de argumentos que buscam defender um ponto de vista e conquistar a adesão do auditório, assim como também concorre para a construção do *ethos* uma vez que revela situações estereotipadas associadas ao comportamento.

As várias marcas enunciativas, que são utilizadas pelo enunciador na construção de seu posicionamento (operadores metadiscursivos) e na manifestação de sua *vocalidade* ou *tom* no que escreve (*ethos*) referem-se a unidades linguísticas que indicam a remissão do enunciado à sua própria enunciação, como pronomes pessoais, verbos, adjetivos e advérbios, seleção lexical, que servem de pistas para percebermos de que modo o locutor imprime sua marca no enunciado em qualquer tipo de texto.

REFERÊNCIAS

- Amossy, R. (2005). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.
- Bakhtin, M. M. (1995). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: HUCITEC.
- Bronckart, J-P. (2007). *Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sociodiscursivo*. São Paulo: EDUC.
- Hyland, K. (2005). Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse. *Discourse Studies*. Sage publications.
- _____ (1998). Persuasion and context: The pragmatics of academic metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, Hongkong, 30, 437-455.
- Gonçalves, J. B. C. (2006). *Poder e afeto nas narrativas bíblicas: uma análise da construção do ethos discursivo nas parábolas contadas por Jesus*. Tese de Doutorado em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 350 p.
- Jackobson, R. (1963). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix/EDUSP.
- Maingueneau, D. (2008). Problema de *ethos*. In S. Possenti & M. C. P. Souza e Silva (eds.), *Cenas de Enunciação*. Trad. Sírio Possenti. Curitiba: Criar, p. 52-71. Maingueneau, D. (1993). *Novas Tendências em Análise de Discurso*. São Paulo: Pontes.
- _____ (2005). *Gênese dos Discursos*. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar.
- _____ (2001). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez.
- Marchuschi, L. A. (2002) *Gêneros textuais: o que são e como se constituem*. Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Rojo, R. (2005). Revisitando a produção de textos na escola. In G. Rocha, V. M. G. Costa (eds.), *Reflexões sobre práticas escolares de produção de texto: o sujeito-autor*. Belo Horizonte, Autêntica/CEALE/FAE/UFMG.
- Schneuwly, B. & Dolz, J. (2004). *Gêneros orais e escritos na escola*. Trad. e org. R. Rojo e G. S. Cordeiro. São Paulo: Mercado de Letras.