

# ETHOS: UM PERCURSO DA RETÓRICA À ANÁLISE DO DISCURSO

Priscila Peixinho Fiorindo<sup>1</sup>

“A felicidade consiste em ações perfeitamente conforme a virtude, e entendemos por virtude não a virtude relativa, mas a virtude absoluta. Entendemos por virtude relativa a que diz respeito às coisas necessárias e por virtude absoluta a que tem por finalidade a beleza e a honestidade”.

Aristóteles

## 1. INTRODUÇÃO

Partindo da ideia de que todo discurso pressupõe uma imagem daqueles que estão envolvidos no processo interativo, pois ao se projetar uma maneira de dizer não se pode ignorar as consequências desse ato, e tal atitude induz a uma construção de uma imagem que condiciona, em troca, a ação comunicativa; então os participantes dessa interação exercem poder um sobre os outros e é nesse jogo discursivo que eles mostram posições, ou melhor, papéis sociais que definem um caráter. A construção da imagem de si é um mostrar e tal imagem só é revelada através de processos inferenciais resgatados pela enunciação e pelo contexto.

A partir da nossa enunciação, projetamos um autorretrato no qual necessariamente imprimimos qualidades, ocasionando assim uma representação de nossa autoimagem, pois modos de dizer produzem uma imagem daquele que enuncia. Desde os antigos gregos, esse autorretrato discursivo, conhecido como *ethos*, caracteriza-se como “a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório” (Amossy, 2005:10). A noção de *ethos* surge na Grécia com Aristóteles e em Roma com Quintiliano e Cícero, com perspectivas diferentes.

Para os gregos a imagem que o orador cria e mostra no momento da enunciação, a fim de convencer o auditório não corresponde, necessariamente, à identidade dele; enquanto para os romanos, o *ethos* estava ligado aos atributos reais do orador, à sua moral, e não incidia na imagem discursiva criada pelo orador.

De acordo com Heine (2011), o pensamento romano baseava-se nas ideias de Quintiliano e Cícero, famosos oradores da época, para os quais a reputação de um homem pesa mais do que suas palavras. No entanto, conforme a autora, é o pensamento grego e não o romano que lança as bases para a construção teórica da noção de *ethos* nos estudos linguísticos.

---

<sup>1</sup> Doutora em Psicolinguística/USP, Mestre em Linguística/USP, Bacharel em Letras/Mackenzie, Licenciada em Português e Inglês/Mackenzie. Professora da Faculdade Ruy Barbosa –Devry Brasil e Bolsista da Pós-graduação no Projeto Mobilizadoras da Paz em parceria com a Sociedade Hólón e a Faculdade Bahiana de Medicina e Saúde Pública, Salvador-BA.

Currículo lattes disponível em <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4744418Z4>

E-mail: [priscilafiorindo@hotmail.com](mailto:priscilafiorindo@hotmail.com)

## 1. Aristóteles



## 2. Cícero



## 2. O *ETHOS* ARISTOTÉLICO

A noção de *ethos* na Retórica mobilizava características extradiscursivas e, como a essência da produção discursiva era a oralidade, e não o texto escrito, os oradores utilizavam características físicas (roupas, mímicas e feições entre outras artimanhas), a fim de construir uma autoimagem positiva.



**Aristóteles**

Nesta perspectiva, Aristóteles foi o responsável por sistematizar a arte de persuadir. Em sua *Arte Retórica*, o filósofo demonstra, de forma categórica, conceitos e

passos da arte de convencer pelo discurso cuja finalidade é trazer provas, já que o objetivo maior da retórica não é apenas persuadir, mas diferenciar os instrumentos de convencer.

Como observamos, a arte retórica propõe-se a diagnosticar situações de discurso para adequá-lo ao seu objetivo maior, que é convencer, ou seja, ela pretende ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar a persuasão.

Um dos pontos fundamentais na arte de persuadir está na qualidade das provas empregadas pelo orador. Aristóteles observa que existem as provas dependentes e as independentes.

**Provas independentes** → não dependem do orador e estão relacionadas a testemunhas e confissões.

**Provas dependentes:** há três provas empregadas pelo orador para persuadir seu auditório:

- 1) *ethos* – o caráter do orador;
- 2) *pathos* – as paixões despertadas no ouvinte;
- 3) *logos* – o próprio discurso.

Segundo Heine (2007), o *ethos* aristotélico não pode ser compreendido isoladamente do *pathos* e do *logos* no processo retórico, no entanto Aristóteles afirma que o *ethos* é a mais importante das provas. Nesta perspectiva, segundo a autora, ele será o caráter do orador representado através do discurso, caráter que desempenhará um papel importante na persuasão. Assim, nesta vertente, o *ethos* é a imagem de si que o orador cria através do discurso e, não significa, necessariamente, ser o caráter real do orador.

Neste sentido, o *ethos* está ligado à própria enunciação, e não a um saber extradiscursivo sobre o locutor. Então, para dar a imagem positiva e de si mesmo, de acordo com Aristóteles, o orador deve se valer de três qualidades: a prudência, a virtude e a benevolência.

#### *Prudência*

A prudência se constitui pela capacidade de bem deliberar, de calcular os meios necessários para atingir um fim, pois ela entra em jogo quando “julga-se que é cunho característico de um homem dotado de sabedoria, prática/prudência, o poder de deliberar bem sobre o que é bom e conveniente para ele, não sob um aspecto particular, mas sobre o um prisma que contribui para a vida boa em geral”.

#### *Virtude*

A virtude é uma disposição de caráter relacionada com a escolha e consistente numa mediania, isto é, a mediania relativa a nós, a qual é determinada por um princípio racional próprio do homem dotado de sabedoria prática – prudência. Aristóteles distingue duas formas de virtudes: uma “natural”, inata e da qual não se pode ter mérito, porque exclui a capacidade racional do cálculo e da escolha, sendo fruto do bom nascimento e da boa educação; outra, virtude propriamente dita, que se adquire através do hábito e do agir bem. “A primeira é pressuposta pela prudência, enquanto a segunda é produzida por ela”.

#### *Benevolência*

A “captação da benevolência” do auditório para o orador depende da estrutura da correta incorporação da tridimensionalidade do *pathos* (auditório): a expressão adequada do tema a ser tratado, do *ethos* do orador e do *ethos* do auditório. Por exemplo, se alguém é vítima de injustiça, é necessário mostrar graus variáveis de cólera, piedade e indignação.

Essas variações são realizadas dependendo do tipo de injustiça e da situação em que foi cometida, da idade, *status* social ou caráter e a constituição ética do orador. Ora, a conveniência da aplicação da expressão afetiva é julgada pelo auditório a partir de dois sistemas de inferência e de avaliação.

Diante das categorias analíticas vinculadas ao *ethos* – prudência, virtude e benevolência, verificamos que o *ethos* aristotélico relaciona-se com o caráter de honestidade que o orador do discurso mostrará para parecer digno de credibilidade, perante aos interlocutores. Em algumas passagens da Arte Retórica, *ethos* também evoca hábitos, modos e costumes. Longe de serem termos excludentes, tais campos semânticos são elementos fundamentais na arte de convencer, já que o ser e o parecer são elementos argumentativos na persuasão.

No entanto, ainda segundo Aristóteles, o que está em jogo na arte de convencer pelo discurso não é a verdade, mas os índices que provoquem os efeitos de verdade, levando os auditórios a sentirem uma paixão "porque os juízos que proferimos variam consoante experimentamos aflição ou alegria, amizade ou ódio" (Aristóteles, *idem*, p.33). Como afirma Barthes (*apud* Amossy, 2005:70), *ethos* "são traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão". Nesta vertente, o *ethos* para os gregos é construído no discurso, no momento da enunciação.

### **3.ETHOS NA PERSPECTIVA DA ANÁLISE DO DISCURSO**

De acordo com Heine (2007:41), na AD, “o *ethos* se refere a textos orais e escritos, em que os enunciadores fornecem 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 coenunciador, entendidos como aqueles que interagem no processo discursivo”. Dessa forma, as imagens do enunciador e do coenunciador agem no campo discursivo, constituindo-se no processo enunciativo.

A partir do exposto, verificamos que o *ethos* não está no enunciado, mas sim na enunciação. Segundo Discini (2008), o *ethos* encontra-se no sujeito construído no discurso, é uma imagem do autor, não o autor real (de carne e osso), mas um autor discursivo (construído pela tessitura e pela textura do texto). Essa relação de *ethos* como estilo na enunciação marca o jeito individual do ser social.

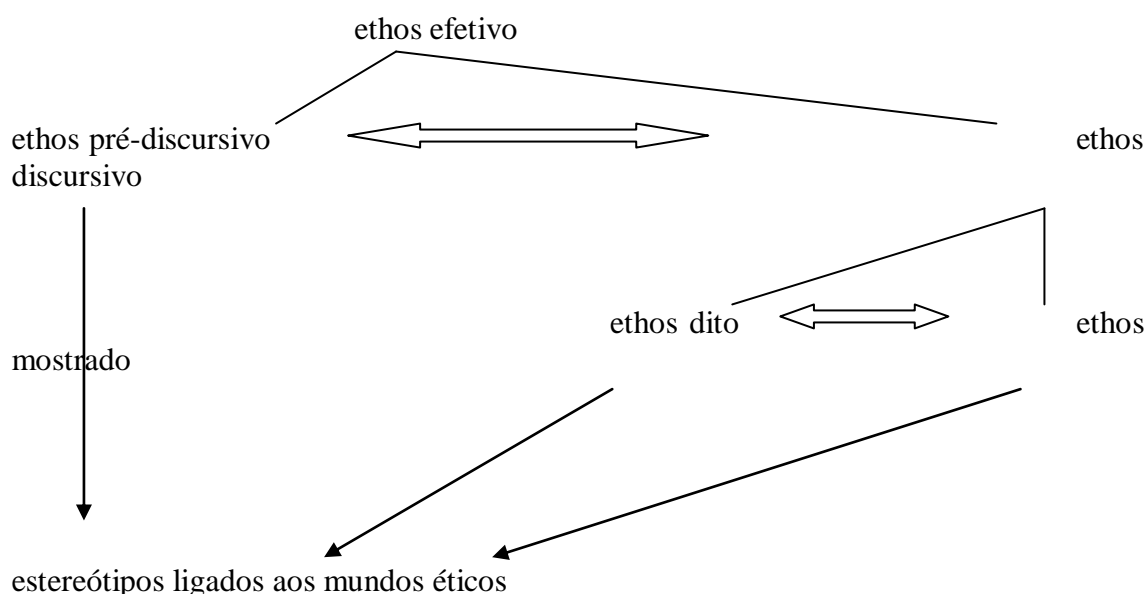
### **4.ETHOS EM MAIGUENEAU**

O conceito de *ethos* é recuperado e ampliado pela AD a partir das discussões de Maingueneau (2008), pois diferentemente do conceito aristotélico – no qual o *ethos* estava baseado em situações de eloquência judiciária ou em enunciados orais - a concepção discursiva do *ethos*, aqui, apresenta situações discursivas diversas que se estendem aos enunciados orais, escritos, na modalidade verbal, visual, ou verbo-visual, representando uma pessoa ou até mesmo uma ou várias instituições.

Retomando a ideia aristotélica de que *ethos* é construído na instância do discurso, Maingueneau (2005) afirma que não existe um *ethos* preestabelecido, mas sim ele construído no âmbito da atividade discursiva. Nesta perspectiva, a imagem de si é

um fenômeno que se constrói dentro da instância enunciativa e se mostra através de seu discurso.

Barthes *apud* Maingueneau (2005:70) define a construção da imagem como “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”. O *ethos* liga-se ao orador pelas escolhas linguísticas feitas por ele, escolhas que revelam pistas a cerca da imagem do próprio orador, durante o processo discursivo. Assim, é interessante observarmos o esquema sobre a constituição do *ethos* (Maingueneau, 2008:19):



De acordo com autor, o *ethos* efetivo é resultado de múltiplos fatores associados entre si, que explicamos aqui. 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.

O *ethos* pré-discursivo se refere à imagem que o coenunciador constrói do enunciador, antes mesmo que este pronuncie algo.

O *ethos* discursivo engloba o *ethos* dito e o *ethos* mostrado. O primeiro (*ethos* dito), é criado através das referências diretas do enunciador; enquanto o *ethos* mostrado está no domínio do não explícito, da imagem que não está diretamente representada no texto, mas é construída pelas pistas que o enunciador oferece ao coenunciador, no momento discursivo. Dessa forma, o *ethos* dito e o *ethos* mostrado 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 coenunciador utiliza-se de representações culturais fixas, de modelos pré-construídos para atribuir características ao enunciador.

Nesta perspectiva, Charaudeau (2005) afirma que a partir do momento em que o *ethos* está relacionado às representações sociais, ele pode estar ligado aos indivíduos e a

grupos – *ethos* coletivo, concernente a um grupo e em um *ethos* individual, relacionado a um sujeito apenas.

Os estereótipos podem nos levar a pensar, por exemplo, em um *ethos* coletivo para homens que os tomariam como mais discretos e outro para mulheres, segundo o qual elas seriam tagarelas. Todavia, se os estereótipos permitem ler com mais facilidade uma sociedade, por outro lado, eles geram diversos problemas devido ao seu caráter taxativo.

Segundo Mangueneau e Charadeau (2008), os estereótipos designam imagens prontas, que medeiam a relação do indivíduo com a realidade; ao mesmo tempo em que eles se relacionam com a cena validada que já está instalada na memória coletiva.

Maingueneau (2002:95) assevera que “toda fala procede de um enunciado encarnado; mesmo quando escrito, o texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito para além do texto”. Ao encarnar uma voz que dará sustentáculo ao discurso, o enunciador, independente da veracidade do que diz, mostra uma atitude, uma performance, já que, independente de ser verdade ou não, o sujeito da enunciação deverá convencer o ouvinte através da autoridade demonstrada no caráter performático.

Enfatizando a pertinência do conceito de *ethos* na compreensão do discurso midiático, Pinto (2006) observa que as produções verbais da mídia organizam-se de modo a produzir uma *áurea* de seriedade (“bom caráter, bom senso e boas intenções”), o que remete ao *ethos*, e a captar o leitor pela emoção mais do que pela razão, o que remete ao *pathos*.

Por exemplo, o enunciador (fabricante da cerveja Devassa), apresenta o *ethos* (não, necessariamente verdadeiro, mas convincente aos consumidores), como observamos a seguir:

#### Anúncio publicitário



A propaganda da cerveja Devassa mescla signos linguísticos verbais (TODO MUNDO TEM UM LADO DEVASSA), em caixa alta, e signos icônicos (as imagens - junto ao texto, vemos uma mulher sentada em cima das letras com uma garrafa de Devassa; abaixo do texto - a cerveja em garrafa e em lata; e ao lado - Sandy com um copo cheio de cerveja). Paralelamente, observamos as cores quentes ao fundo, nas extremidades o vermelho e mais ao centro, o amarelo, que aproximam o leitor do anúncio.

O referido anúncio apresenta um *ethos* pré-discursivo, a imagem da Sandy, considerada, até há pouco tempo atrás, como “pura”, “ingênua”, “delicada” em que o enunciador (fabricante da cerveja) se espelha com base na história (nos estereótipos), no

caráter e nos costumes do enunciador (imagem de Sandy) que não é comprovado no *ethos* discursivo, pois aqui há a construção de uma outra pessoa – uma mulher atraente e independente que faz o que quer, sem dar satisfação de sua vida a ninguém.

Essa construção do *ethos* no discurso é visível pela postura que o enunciador tem ao usar a imagem da Sandy atual – com um novo corte de cabelo, unhas vermelhas, combinando com o batom, decote sensual. Nesta perspectiva, fica subentendido que qualquer mulher que resolva beber a referida cerveja torna-se poderosa, bonita, atraente. Assim, o enunciador convence tanto às mulheres quanto aos homens a consumirem a Devassa. Ao encarnar uma voz que dará sustentáculo ao texto, o enunciador independente da veracidade do que diz, mostra uma atitude, uma performance, já que, independente de ser verdade ou não, o sujeito da enunciação deverá convencer o coenunciador através da autoridade demonstrada no caráter performático.

O *ethos*, o mostrar-se, o vender a aparência com o valor de essência é um jogo discursivo que, além das abstrações das ideologias, necessita de um corpo, físico ou imaginário, instrumento que obedecerá às ordens enunciativas. Para Maingueneau (2002), a fala do enunciador é incorporada e a maneira de dizer atesta, de algum forma, a legitimidade do que é dito, conferindo autoridade ao enunciador. O *ethos* é, além da circunstância dimensional da voz, as determinações físicas e psíquicas que são essenciais para a construção ética da imagem do enunciador.

Outro exemplo interessante, na identificação do *ethos*, é um fragmento da entrevista de Márcia Tiburi<sup>2</sup>, concedida à Revista Papo Íntimo:

#### PI - Qual o futuro da mulher?

MT - Se você me permite a brincadeira, poderíamos chamar uma vidente para responder. Mas falando sério, a meu ver, sem vidência alguma, o futuro é o da luta entre lucidez e covardia, entre liberdade e impotência. Creio que a ausência de liberdade que é comum a homens e mulheres será sempre uma constante histórica. Minha esperança é que no futuro, nos importemos mais com a condição singular de cada pessoa e menos com seu sexo. E que haja mais esclarecimento sobre sexo e ele seja menos uma armadilha como foi até hoje.

Aqui, percebemos um *ethos* pré-discursivo, que apresenta os princípios éticos e morais do enunciador, uma filósofa da atualidade que responde às questões de maneira prática, se apoiando na sua formação acadêmica, crenças e valores; que é comprovado no *ethos* discursivo - *ethos* feminino baseado na razão, característica do discurso masculino, por meio da resposta objetiva à pergunta “qual o futuro da mulher?”. Ao mesmo tempo, observamos a presença do humor feminino quando a entrevistada diz “se você me permite a brincadeira, poderíamos chamar uma vidente para responder”, pois o termo vidente, na maioria das vezes é comentado, falado por seres do sexo feminino. Após a brincadeira a enunciativa continua seu discurso pautado numa perspectiva real da sociedade em que vivemos, onde a ausência de liberdade para mulheres e homens será sempre um fato histórico e conclui que, a esperança na valorização singular de cada sujeito é o caminho para a igualdade entre os sexos.

---

<sup>2</sup> **Marcia Tiburi** é graduada em filosofia (PUC-RS) e artes (UFRGS); mestre (PUC-RS, 1994) e doutora em filosofia (UFRGS, 1999).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da abordagem realizada sobre o *ethos* desde Aristóteles à AD (Maingueneau), observamos que o primeiro, de acordo com a retórica clássica, designava o termo *ethos* como a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório; enquanto a visão da AD, considera o *ethos* como presente em todas as manifestações do discurso, pois o *ethos* se constitui em uma dimensão enunciativa que faz parte da identidade de um posicionamento discursivo.

Assim, observamos que o ser humano age com determinada postura diante de cada situação que vivencia. Dessa forma, verificamos o *ethos* enquanto um modelador das atividades humanas nas circunstâncias em que ocorrem.

Assim, o *ethos* se constitui, portanto, na apresentação de si efetuada pelo locutor em seu discurso. Quando falamos em apresentação de si, não estamos dizendo que o locutor enumere suas qualidades, nem que fale explicitamente de si; mas sim que ele represente seu estilo, suas crenças, suas competências linguísticas e enciclopédicas na relação que estabelece com seu dizer.

## REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e a arte poética*. São Paulo: Ediouro, 1998.
- CHARAUDEAU, P. *Le discours politique: les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert, 2005.
- \_\_\_\_\_ e MAIGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- DISCINI, N. *Ethos e estilo*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. (Orgs.) *Ethos Discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 33-54.
- DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.
- HEINE, P. V. B. *O ethos e a intimidade regulada: especificidades da construção da construção do ethos no processo de revelação da intimidade no blogs pessoais*. Dissertação de Mestrado. Salvador, Instituto de Letras UFBA, 2007.
- \_\_\_\_\_. *A construção do ethos da garota adolescente na revista Capricho*. In: HEINE, P. HEINE, L. (orgs). *Entre o texto e o discurso*. Simões Filho: Kalango, 2011:141-164.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Unicamp & Pontes, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. 2 ed. Campinas: Cortez, 2002.
- \_\_\_\_\_. "Ethos, cenografia, incorporação". In: AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- \_\_\_\_\_. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. (Orgs.) *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008:11-29.
- PINTO, M. J. "Retórica e análise de discursos". In: *Fronteiras – estudos midiáticos*, vol. II, 1 São Leopoldo: UNISINOS, 2001.