

**ARGUMENTOS E
ETHOS DISCURSIVO
EM “RICOS E POBRES”**

CONTO, Janete Maria de ¹

¹ Professora Titular da Universidade de Cruz Alta (RS). Mestranda em Letras pela Universidade de Santa Maria (RS).

*Eu tô cansado, meu bom, de dar esmola
Essa quota miserável da avareza
Se o país não for pra cada um
Pode estar certo
Não vai ser pra nenhum.*

(Skank)

RESUMO: O profissional da área de linguagem deve ter o compromisso de explorar os aspectos relevantes ao gênero textual selecionado para trabalhar em sala de aula junto aos seus alunos, pois se acredita que a exploração destes aspectos é necessária para se compreender os significados discursivos possíveis na relação texto e contexto. Refletindo sobre esta questão é que este artigo centra-se no estudo da crônica *Os Ricos e Pobres*, escrita por Martha Medeiros e publicada no caderno Donna, do jornal Zero Hora dominical, de dois de julho de dois mil e seis, tendo por objetivo a análise dos argumentos explorados pela escritora e do ethos discursivo, que gradativamente é construído no desenvolvimento da argumentação. A sustentação teórica desta análise está centrada, principalmente, em Reboul (2000) e Amossy (2005), para estabelecer a identificação dos argumentos e do ethos discursivo a partir das escolhas lexicais apresentadas por quem realiza a produção, neste caso, Martha Medeiros, e que se tornam elementos lingüísticos importantes para quem consome, ou seja, os leitores do caderno Donna, especificamente da coluna produzida por Martha. Assim, acredita-se que tal análise seja de substancial valor para que, a partir dela, se torne possível ao profissional de linguagem, estabelecer propostas de trabalho com os alunos, cujos resultados sejam significantes e funcionalmente relevantes em suas vidas, possibilitando-lhes aguçar sua capacidade crítica diante das leituras realizadas. Palavras-chave: crônica, elementos lingüísticos, argumentação.

ABSTRACT: The professional of the language area should have the commitment of exploring the important aspects to the textual gender selected to work close to in class room your students, because it is believed that the exploration of these aspects is necessary to understand the possible discursive meanings in the relationship text and context. Contemplating on this subject is that this article is centered in the study of the chronicle *The Rich and Poor*, written by Martha Medeiros and published in the notebook Donna, of the sunday newspaper Zero Hora, of two of July of two thousand and six, tends for objective the analysis of the arguments explored by writer and of the discursive ethos, that step by step is built in the development of the argument. The theoretical sustenance of this analysis is centered, mainly, in Reboul (2000) and Amossy (2005), to establish the identification of the arguments and of the discursive ethos starting from the lexical choices presented for who accomplishes the production, in this case, Martha Medeiros, and that become important linguistic elements for who it consumes, in other words, the readers of the notebook Donna, specifically of the

column produced by Martha. Like this, it is believed that such analysis is of substantial value so that, starting from her, become possible to the language professional, to establish proposed of work with the students, whose results are significant and functionally important in your lives, making possible to sharpen them your critical capacity before the accomplished readings.
Key Words: chronicle, linguistic elements, argument.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS:

Comumente no meio educacional, há uma grande preocupação por parte dos profissionais da linguagem em identificar que gêneros são os mais adequados ao ensino de língua. Dentre os vários gêneros textuais que circulam no dia-a-dia das pessoas, a crônica jornalística tem se constituído um rico material para análise dos elementos lingüísticos da língua materna e das escolhas lexicais e gramaticais de seus autores.

O presente trabalho tem o objetivo de analisar a construção do ethos e os tipos de argumentos desenvolvidos no texto e se centra na análise da crônica *Os Ricos e Pobres*, escrita por Martha Medeiros, publicada em dois de julho de dois mil e seis, no caderno Donna, tendo como suporte de veiculação o jornal Zero Hora dominical. A sustentação teórica deste estudo, que se detém no enfoque dos argumentos e do ethos discursivo, está embasada em Reboul (2000), Emediato (2004), Giering (1999), Koch (2003) e Amossy (2005).

Diante da conscientização de que o professor, neste caso de língua materna, deve explorar o gênero textual com suas devidas atividades antes de apresentá-lo aos alunos, é que se realizou este estudo, cujos resultados ainda poderão, futuramente, ser analisados com mais profundidade teórica.

Considerando os princípios sobre retórica expostos principalmente por Reboul (2000) e Amossy (2005), esta análise parte da leitura retórica e da identificação de argumentos que, por sua vez, proporciona a identificação do ethos presente na crônica. Assim, o enfoque dos principais elementos discursivos torna-se de extrema importância para se atingir este objetivo, já que as escolhas lexicais realizadas pelo escritor se consolidam em marcas lingüísticas e são responsáveis pela percepção do ethos em ação.

O ethos é o caráter que o orador deve assumir para inspirar confiança no auditório, pois, sejam quais forem seus argumentos lógicos, eles nada obtêm sem essa confiança. [...] O orador, portanto, não terá o mesmo ethos se estiver falando com velhos camponeses ou com adolescentes citadinos. Mas, em todo caso, ele deve preencher as condições mínimas de credibilidade, mostrar-se sensato, sincero e simpático. Sensato: capaz de dar conselhos razoáveis e pertinentes. Sincero: não dissimular o que pensa nem o que sabe. Simpático: disposto a ajudar seu auditório. (REBOUL, 1998, p. 48).

Neste sentido, o ethos chega a ser entendido como um termo moral, ético, que é definido, portanto, como o caráter moral que o orador deve parecer ter, mesmo que, na realidade, não o tenha.

Para Amossy (2005, p. 31) o ethos é a imagem de si mesmo (do orador) no discurso, como por exemplo, o orador que quer passar ao seu auditório a imagem de honesto, não precisa dizer, deve dar a entender e mostrar por sua maneira de exprimir que o é. O ethos, então, está vinculado à palavra e não ao indivíduo real, é o sujeito da enunciação. Boa parte deste artigo refere-se à construção do ethos na crônica *Os Ricos e Pobres*, já que para melhor inferir sobre que argumentos a autora quer defender junto ao seu público leitor, é preciso compreender que imagem ela cria de si mesma através das suas escolhas lexicais na crônica.

Os interactantes neste processo, portanto, são: a escritora e os leitores. Ao caracterizar esses indivíduos, percebe-se que há um acordo tácito e prévio entre quem escreve e quem lê, e que há um nivelamento entre eles quanto à intelectualidade, ou nível cultural, por isso o público leitor das crônicas desta autora pode ser considerado um auditório especificamente culto. Para que a escritora consiga atingir sua meta de convencer e, até mesmo, persuadir seu auditório, ela adapta a apresentação de si mesma aos esquemas coletivos que acredita estarem interiorizados e serem valorizados pelo seu público-alvo.

SOBRE MARTHA E SUA LINGUAGEM:

A escritora Martha Medeiros é gaúcha, reside em Porto Alegre, tem 45 anos e é formada em Propaganda e Publicidade. É uma mulher de classe média-alta, transmite a imagem

de ser bem resolvida profissional e particularmente. Começou a escrever crônicas no início dos anos 90. Desde 1994 é titular da coluna no caderno ZH Donna, de onde foi coletada a crônica, objeto deste estudo. Publicou vários livros, entre eles *Trem Bala*, o de maior sucesso. Sua principal característica é a crítica acirrada às questões sociais e políticas do Brasil, deixando implícito nos seus textos, através das suas escolhas lexicais, que ela faz parte de uma elite cultural, da qual um grupo seletivo e diminuto de brasileiros participa.

O público-alvo, ou auditório, a quem se destina o texto são leitores do jornal Zero Hora que fazem parte desta elite intelectual. A linguagem da escritora é simples, despojada; assim caberia dizer que o texto destina-se a qualquer pessoa, de qualquer classe social ou nível intelectual, mas para a compreensão do que está sendo dito e ou querendo ser dito para o leitor, há necessidade de alguns conhecimentos prévios, como por exemplo, é preciso saber quem é e que respaldo tem o *publicitário Washington Olivetto*, citado no primeiro parágrafo, assim como o que significa o termo *Prada*, quem são *Monet* e *Degas*, mencionados no quinto parágrafo. Além do termo *Audi*, presente no terceiro e quarto parágrafos, que, como a autora afirma é um *carrão*, mas nem todos sabem como é o seu design, quanto custa, qual sua nacionalidade e demais detalhes importantes para a visualização do objeto durante a leitura.

O TÍTULO E O LEAD:

Em relação ao título *Os ricos e pobres*, fica evidente que Martha brinca com as palavras e com seus sentidos e apresenta, propositalmente, uma certa ambigüidade, quase que chegando à ironia. No primeiro momento, ao passar os olhos pelo título, o leitor pode subentender que a escritora irá argumentar sobre duas classes sociais: uma constituída por pessoas ricas e outra por pessoas pobres. Nesse caso, houve a omissão da expressão *os* antes de *pobres*, o que constitui uma elipse, e, de acordo com a Gramática Tradicional, determina a ocorrência de uma mudança de classe da palavra, isto é, da substantivação do adjetivo, que ocorre tanto em *pobres*,

sem marca devido à elipse, quanto em *ricos* marcado pela antecedência de *os*. Os qualificadores *ricos* e *pobres*, portanto, são substantivados pela presença do artigo *os* antecedendo-os, mesmo que elipticamente.

Por outro lado, Martha parece estar se referindo a uma determinada classe específica, cujas pessoas que a constituem são ricas e pobres simultaneamente, ricas por um determinado motivo e pobres por outra razão. Essa ambigüidade cria uma expectativa e instiga o público a ler a crônica; aos poucos, durante a leitura, a ambigüidade se desfaz e fica perceptível a segunda opção aqui exposta.

O *lead*, apresentado em letras maiores do que as do texto e menores do que as do título, é uma síntese elaborada para chamar a atenção e instigar o público à leitura e, nesse caso, constitui-se por enunciados do primeiro e do segundo parágrafos: “Os ricos-ricos movimentam a economia gastando em cultura. Os ricos-pobres têm dinheiro, mas não gastam um tostão da sua fortuna em livrarias: apenas propagam a ignorância e a grosseria.” (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p. 18).

No *lead*, ocorre a definição descritiva da identidade dos sujeitos no primeiro termo das expressões compostas: *ricos*, no sentido literal, isto é, ricos materialmente. A definição normativa da identidade aparece na ocorrência das duas subclasses, expostas nos segundos termos das expressões compostas: *ricos-ricos*, são os ricos tanto materialmente quanto intelectualmente, gastam em cultura e ajudam o país a progredir, e os *ricos-pobres* que só têm o material, não se importam com investimentos em cultura, não são intelectualizados, são grosseiros e ignorantes.

A argumentação se dá, também, por dissociação de noções, evidenciando através do paralelo entre aparência e realidade que *ricos-ricos* e *ricos-pobres* não são idênticos, diferenciam-se quanto aos investimentos em cultura.

Os argumentos que fundamentam a estrutura do real centram-se na comparação entre os *ricos-ricos*, o modelo a ser imitado, e os *ricos-pobres*, o antimitado, que não deve ser seguido, é negativo porque estes indivíduos são desprovidos

de curiosidade pela cultura intelectualizada. A autora demonstra seu repúdio aos *ricos-pobres*, satirizando suas atitudes, o que será reforçado no desenvolvimento dos argumentos.

ANALISANDO AS SEQÜÊNCIAS E OS SENTIDOS:

O primeiro parágrafo constitui a introdução do assunto a ser desenvolvido, sobre o qual o leitor já tem uma previsão apresentada no *lead*:

Anos atrás escrevi sobre um apresentador de televisão que ganhava R\$ 1 milhão por mês e que em entrevista vangloriava-se de nunca ter lido um livro na vida. Classifiquei-o imediatamente como um exemplo de pessoa pobre. Agora leio uma declaração do publicitário Washington Olivetto em que ele fala sobre isso de forma exemplar. Ele diz que há no mundo os ricos-ricos (que têm dinheiro e têm cultura), os pobres-ricos (que não têm dinheiro mas são agitadores intelectuais, possuem antenas que captam boas e novas idéias) e os ricos-pobres, que são a pior espécie: têm dinheiro mas não gastam um único tostão da sua fortuna em livrarias, shows ou galerias de arte, apenas torram em futilidades e propagam a ignorância e a grosseria. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p. 18).

Neste enunciado, a primeira pessoa do singular - *eu* - situa o enunciado no eixo do saber por meio dos verbos na primeira pessoa do singular: *escrevi*, *classifiquei* e *leio*. A autora apresenta, deste modo, um argumento incontestável, caracteriza-se e descreve-se como alguém experiente na área jornalística, culta e crítica.

Há o estabelecimento de um argumento de comparação que fundamenta a estrutura do real entre o passado, quando ela criticou em uma das suas crônicas o apresentador de tv que não gosta de ler, cujo nome não é mencionado, e o presente, *agora*, a leitura da declaração de Washington Olivetto. Segundo Reboul (1998, p. 183) a comparação está ligada ao ato de fundar as estruturas do real e instaura uma relação entre dois termos, ou no caso do texto em análise, entre duas situações.

Fica evidente que ao dizer que classificou o apresentador de tv como *uma pessoa pobre*, ela define o significado de pobreza e o sentido no qual emprega a expressão, isto é, como pobreza intelectual, falta de conhecimentos, escassez de *cultura*.

Há um argumento de autoridade quando a escritora cita Washington Olivetto e demonstra concordar com a classificação estabelecida por ele, há comparação entre *ricos-ricos*, *pobres-ricos* e *ricos-pobres*. Quanto à definição da identidade destes elementos, o primeiro termo da expressão composta representa a classe social e o nível econômico, e o segundo define o interesse e o investimento em cultura intelectual.

“Definição é um caso de identificação, pois com ela se pretende estabelecer uma identidade entre o que é definido e o que define, de tal modo que se tenha o direito de substituir um pelo outro no discurso, sem mudar o sentido.” (REBOUL, 1998, p. 172).

Desse modo, o primeiro termo de tais expressões refere-se à definição descritiva da identidade, isto é, seu sentido corrente, enquanto o segundo elemento refere-se à definição oratória da identidade, pois o que é definido e o que define não são permutáveis.

Washington Olivetto, autoridade citada, é publicitário, responsável por algumas das campanhas mais marcantes na propaganda nacional, o que, em 1999, lhe concedeu o título de *publicitário do século* pela Associação Latino-Americana de Publicidade. É um dos criadores do garoto-propaganda da Bombril, campanha esta considerada a mais longa da história, segundo o Guinness Book. É o publicitário brasileiro mais premiado no Festival de Cannes e é o responsável pelos comerciais brasileiros que constam na lista mundial dos cem maiores comerciais de todos os tempos.

De acordo com Giering et al (1999), ao escrever o texto, o redator manifesta uma determinada posição, um maior ou menor grau de comprometimento com as afirmações transmitidas, podendo situar seu enunciado em torno do eixo do saber ou do eixo do crer. Ao situar seu enunciado no eixo do saber, o produtor utiliza o campo da necessidade, da certeza, das normas, do imperativo. A incontestabilidade dos argumentos se dá, empregando-se recursos, como: predicados, advérbios, auxiliares modais, orações modalizadoras ou verbos na primeira pessoa.

A produtora do texto *Ricos e Pobres* situa seu enunciado no eixo do saber, pois os argumentos são apresentados como incontestáveis, principalmente pela presença da primeira pessoa do singular, que se mostra no discurso de for-

ma enfática e assim o público é delimitado, ou seja, a maioria dos seus leitores são os que compactuam de suas idéias.

O índice atitudinal e de avaliação da escritora em face do seu enunciado traduz-se na avaliação subjetiva da atitude da autoridade citada, considerando-a um modelo a ser seguido: "Washington Olivetto (...) fala sobre isso de **forma exemplar**" (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18). Classifica os *ricos-pobres* como fúteis e idolatra os *ricos-ricos* e os *pobres-ricos*, definindo sua postura e preferência pelos dois últimos.

No segundo parágrafo, os argumentos desenvolvem-se com base no primeiro:

Os ricos-ricos movimentam a economia gastando em cultura, educação e viagens, e com isso propagam o que conhecem e divulgam bons hábitos. Os pobres-ricos não têm saldo invejável no banco, mas são criativos, efervescentes, abertos. A riqueza destes dois grupos está na qualidade da informação que possuem, na sua curiosidade, na inteligência que cultivam e passam adiante. São estes dois grupos que fazem com que uma nação se desenvolva. Infelizmente, são os dois grupos menos representativos da sociedade brasileira. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18).

O ethos discursivo continua se manifestando positivamente em relação aos dois grupos. Em *infelizmente*, o índice de atitude marca o estado psicológico de tristeza e frustração com que a escritora se mostra diante da pouca representatividade dos grupos na sociedade brasileira.

No terceiro parágrafo, lê-se:

O que temos aqui, em maior número, é um grupo que Olivetto nem mencionou, os pobres-pobres, que devido ao baixíssimo poder aquisitivo e quase inexistente acesso à cultura, infelizmente não ganham, não gastam, não aprendem e não ensinam: ficam à margem, feito zumbis. E temos os ricos-pobres, que têm o bolso cheio e poderiam ajudar a fazer deste país um lugar que mereça ser chamado de civilizado, mas que nada: eles só propagam o atraso, só propagam arrogância, só propagam sua pobreza de espírito. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18).

Observou-se que a marca de primeira pessoa do singular, presente no primeiro parágrafo, se transforma em primeira pessoa do plural, como por exemplo: *o que temos aqui*; neste enunciado, o pronome pessoal *nós*, elíptico, inclui o

escritor e o leitor, enfim todo o brasileiro; o advérbio de lugar *aqui*, representa o país, o Brasil.

Olivetto classificou os indivíduos, numa percepção globalizante. Martha faz sua classificação a partir da realidade brasileira: *pobres-pobres* e *ricos-pobres*. A expressão *nem mencionou* referindo-se aos *pobres-pobres* indica um certo preconceito, pois fica a impressão de que as pessoas são tão pobres que não vale a pena classificá-las em um grupo específico. São os marginalizados, os *zumbis* que assombam o povo civilizado.

Os *ricos-pobres* são mais uma vez ridicularizados, pois, se pensam que são importantes, estão enganados, segundo a escritora, eles representam o atraso da sociedade brasileira, são arrogantes e pobres de espírito.

No quarto parágrafo, Martha mescla narração à argumentação, para exemplificar e contextualizar de forma verossímil o que ela vem afirmando no decorrer da exposição do seu ponto de vista:

Exemplos? Vou começar por uma cena que testemunhei semana passada. Estava dirigindo quando o sinal fechou. Parei atrás de um Audi preto do ano. Carrão. Dentro, um sujeito de terno e gravata que, cheio de si, não teve dúvida: abriu o vidro automático, amassou a embalagem de cigarro vazia e a jogou pela janela no meio da rua, como se o asfalto fosse uma lixeira pública. O Audi é só um disfarce que ele pôde comprar, no fundo é um pobretão que só tem a oferecer sua miséria existencial. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18).

A seqüência é iniciada com uma pergunta direcionada ao leitor: *Exemplos?* Na resposta há uma retomada da primeira pessoa do singular oculta no verbo *vou*. Percebe-se nessa atitude discursiva, que a autora deixa de lado a idéia de coletivo e volta a expor sua própria opinião, assumindo o seu posicionamento e exemplificando o que diz com uma situação vivenciada por ela.

A narrativa, portanto, é exposta pela escritora para contextualizar a afirmação de que os *ricos-pobres* são mal educados, não possuem postura ética nem mesmo em situações simplórias. Subentende-se que o *rico* materialmente pode comprar um carro alemão de alto luxo, o *Audi*, cujas principais características são a tecnologia de primeira linha e a sofisticação, é o *carrão*; mas isso não quer dizer que ele seja

educado, culto. O que contradiz o consenso popular de que a pessoa mais favorecida financeiramente obedece mais às regras de etiqueta e postura social do que as menos favorecidas.

Expressões como *lixeria pública*, *miséria existencial*, *disfarce* e *pobretão* denotam a total desaprovação da escritora quanto à atitude do *sujeito de terno e gravata*, que representa um antimodelo de postura diante do mundo e das pessoas que o rodeiam.

No quinto parágrafo, a caracterização dos *ricos-pobres* fica mais acirrada:

Os ricos-pobres não têm verniz, não têm sensibilidade, não têm alcance para ir além do óbvio. Só têm dinheiro. Os ricos-pobres pedem no restaurante o vinho mais caro e tratam o garçom com desdém, vestem-se de Prada e sentam com as pernas abertas, viajam para Paris e não sabem quem foi Degas ou Monet, possuem tevês de plasma em todos os aposentos da casa e só assistem programas de auditório, mandam o filho pra Disney e nunca foram a uma reunião da escola. E, claro, dirigem um Audi e jogam lixo pela janela. Uma esmolinha para eles, pelo amor de Deus. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18).

A afirmação negativa: *não têm verniz* significa que os *ricos-pobres* não têm brilho, não sabem se portar adequadamente, não são educados, não são sensíveis, só têm dinheiro e acham que podem fazer tudo e não precisam respeitar o próximo.

Martha ridiculariza e ironiza os *ricos-pobres* e suas atitudes. Ao implorar: *Uma esmolinha para eles, pelo amor de Deus*, parafraseia a música *Esmola* do grupo musical Skank, porém a esmola que ela pede é uma esmola de educação, de cultura, de postura ética e social, pois eles são demasiadamente pobres.

Neste enunciado, a contextualização e o conhecimento prévio sobre alguns termos são imprescindíveis para conceituar o que é ser *rico* - segundo termo da palavra composta - para a escritora. *Rico* não é quem usa *Prada*. *Prada* é uma casa de moda italiana de Milano que surgiu em 1913, hoje é uma das marcas mais sofisticadas de roupas, sapatos e acessórios, mundialmente reconhecida. *Rico*, para Martha, é aquele que se interessa, recebe, assimila e passa para os outros algumas informações, passíveis de considerá-lo culto.

É preciso saber quem é *Monet* e *Degas*, citados neste enunciado. Oscar Claude Monet nasceu em 1840, em Paris,

na França, é o maior expoente do impressionismo. O pintor e escultor Edgar Degas nasceu em 1834 e foi um dos mais prestigiosos mestres do impressionismo francês.

No sexto parágrafo encontram-se os argumentos conclusivos:

O Brasil tem saída se deixar de ser preconceituoso com os ricos-ricos (que ganham dinheiro honestamente e sabem que ele serve não só para proporcionar conforto, mas também para promover o conhecimento) e se valorizar os pobres-ricos, que são aqueles inúmeros indivíduos que fazem malabarismo para sobreviver mas, por outro lado, são interessados em teatro, música, cinema, literatura, moda, esportes, gastronomia, tecnologia e, principalmente, interessados nos outros seres humanos, fazendo da sua cidade um lugar desafiante e empolgante. É este o luxo de que precisamos, porque luxo é ter recursos para melhorar o mundo que nos coube. E recurso não é só money: é atitude e informação. (MEDEIROS, In: Caderno Donna, ZH, de 02.07.2006, p.18).

O argumento inicial deste parágrafo fundamenta a estrutura do real pelo sacrifício, isto é, os problemas do Brasil podem ter solução, mas para isso os brasileiros devem deixar de ser preconceituosos com os *ricos-ricos* e valorizar os *pobre-ricos*, que são as pessoas que realmente investem na cultura do país.

Há o retorno à primeira pessoa do plural em *precisamos*, a escritora volta a se referir ao coletivo, incluindo-se no grupo. Outra marca lingüística importante, neste enunciado, é a expressão *luxo*. Luxo, literalmente, é a pompa, o esplendor, a suntuosidade excessiva relativa sempre ao material. Para Martha, *luxo* tem outra definição, a normativa, que é *ter recursos para melhorar o mundo que nos coube*, não necessariamente recursos materiais, pois *recurso não é money*, mas recursos no sentido cultural relacionado aos atos praticados pelas pessoas e às informações que elas procuram ter para estarem e agirem no mundo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Em síntese, esta análise demonstra que Martha estabelece comparações entre os grupos, caracterizando as pessoas que fazem parte destes grupos e estabelecendo relações entre estas pessoas e seus atos, ora apresentando um grupo como

antimodelo, ora apresentando outro como modelo. Em alguns momentos discursivos, suas definições parecem ser preconceituosas e tem-se a impressão de que a escritora, que está com o poder da palavra naquele instante, enaltece a sua própria classe, definindo-se como modelo a ser seguido. E assim, o seu público leitor é caracterizado, pois, com certeza inclui-se, também, numa das classes enalticidas pela autora.

Diante desta análise, acredita-se que se torna possível ao profissional de linguagem propor atividades aos alunos nas quais eles sejam motivados a refletir sobre a organização argumentativa produzida e sobre a construção do ethos da autora, identificável por meio de elementos lingüísticos - lexicais e gramaticais - marcantes da imagem que ela pretende passar aos seus leitores.

REFERÊNCIAS:

- AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- CAMPEDELLI, S. Y. & SOUZA, J. B. *Literatura, produção de textos e gramática*. São Paulo: Ed. Saraiva, 1998.
- EMEDIATO, W. *A fórmula do texto: redação, argumentação e leitura*. São Paulo: Geração Editorial, 2004. p. 170 - 183.
- GIERING, M. A. et al. *Análise e produção de textos*. São Leopoldo: Unisinos, 1999.
- KOCH, I. V. *A inter-ação pela linguagem*. São Paulo: Contexto, 2003.
- MARCUSCHI, L. A. *Gêneros Textuais: definição e funcionalidade*. In: DIONÍSIO, A. P. et al. (orgs.). *Gêneros textuais & Ensino*. RJ: Lucerna, 2005. p. 19 - 36.
- MEDEIROS, M. *Os ricos e pobres*. In: Caderno Donna, Zero Hora. Porto Alegre: 02 de julho de 2006. p. 18.
- PINHEIRO, G. & KLIMES, H. B. G. (eds.). *Larousse Cultural: Dicionário de Língua Portuguesa*. São Paulo: Ed. Nova Cultural Ltda, 1992.
- PLATÃO SAVIOLI, F. & FIORIN, J. L. *Para entender o texto: leitura e redação*. SP: Ática, 2002. p. 285.

REBOUL, O. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. 168 - 194.

Site do Museu do Estado de São Paulo: Monet, <http://www2.uol.com.br>, capturado em 06 de Julho de 2006.

Site Portal Amazônia: <http://www.portalamazonia.globo.com>, capturado em 06 de Julho de 2006.

Site Wikipedia: <http://pt.wikipedia.org/wiki>, capturado em 06 de Julho de 2006.

Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Colegiado do Curso de Letras — Campus de Cascavel

REVISTA LÍNGUAS & LETRAS

Versão eletrônica disponível na internet:
www.unioeste.br/saber