

O *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes: análise da revista *Capricho*¹

Cláuberson Correa CARVALHO²
Universidade CEUMA, São Luís, MA

RESUMO

Este artigo analisa a constituição do *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes sob a perspectiva da Análise do Discurso de linha francesa. Partimos de uma concepção de *ethos* fundamentada em Maingueneau (2008a, 2008b), que privilegia a análise do intradiscurso, isto é, os modos de dizer, as formas de construção textual, as balizas da superfície discursiva. O *corpus* compreende três edições publicadas pela revista *Capricho*. Os resultados apontam os efeitos de sentidos (empatia, espontaneidade, certeza, autoridade) estabelecidos no contrato de comunicação firmado por essa revista, percebendo como eles contribuem para a aproximação, por meio da leitura, entre enunciador jornalista e enunciatário adolescente.

PALAVRAS-CHAVE: autoajuda; comunicação; discurso; *ethos*.

1 Introdução

Neste texto, analisamos o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes, percebendo como os elementos linguísticos produzem determinados efeitos de sentidos (adesão, empatia, certeza, segurança, dúvida) nos sujeitos da enunciação. Falamos em enunciados porque tratamos de estruturas que funcionam numa ordem comunicativa específica. Isto é, frases pensadas numa atividade de interação real: o discurso de autoajuda para adolescentes.

Situamos os mecanismos linguísticos na esfera discursiva de investigação da linguagem, refutando a ideia de que os modos de dizer são fruto do acaso, quando, na verdade, estão a serviço de uma orientação claramente discursiva. Pensamos em interlocutores que possuem o mínimo de conhecimento entre si e, em virtude disso, produzem enunciados com propriedades formais estratégicas.

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Maranhão. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade CEUMA, e-mail: claubersoncc@gmail.com.

Entendemos que a comunicação humana constrói cenas, as quais modelam o discurso conforme um conjunto de estratégias pensadas no interior de um contrato de comunicação preestabelecido. Esse contrato pressupõe um acordo de reciprocidades, de práticas que nivelam as representações linguageiras dos parceiros da comunicação. Tanto o enunciador quanto o enunciatário devem partilhar de uma competência linguageira semelhante, facilitando o efeito de adesão do discurso.

Esse efeito de adesão decorre das representações, das imagens que o enunciador faz de si e das que o enunciatário faz de seu enunciador. Isso se dá nas tramas do discurso. Daí optamos por trabalhar a noção de *ethos* na Análise do Discurso de orientação francesa (doravante AD), com os trabalhos de Dominique Maingueneau.

Dessa forma, este texto está organizado em duas grandes seções: a primeira discute os conceitos que nos fundamentam – *ethos* discursivo, contrato de comunicação, discurso de autoajuda – e a segunda apresenta a análise do *corpus* e a discussão dos resultados.

2 Revisão teórica

2.1 *Ethos* discursivo

O conceito de *ethos*, embora pertencente à tradição retórica, é concebido neste trabalho no bojo de relações da AD, retomando as orientações de Dominique Maingueneau (2008a, 2008b). Justificamos nosso recorte em virtude de tal autor situar seu conceito em um quadro de análise que privilegia gêneros discursivos “instituídos”, em oposição aos gêneros conversacionais. Interessam-lhe gêneros em que os sujeitos assumem papéis preestabelecidos, com certa estabilidade durante o evento comunicativo. Situação que compreende nosso objeto, a revista *Capricho*, na qual as posições de sujeito enunciador e sujeito enunciatário não parecem variar durante as narrativas jornalísticas.

Entendemos *ethos* numa perspectiva ampla, como elemento constitutivo dos discursos, no sentido de estreitar (ou não) a relação entre os sujeitos envolvidos no processo de enunciação. Estreitar a relação significa promover um efeito de empatia, de adesão do coenunciador³ à posição discursiva assumida pelo enunciador quando da produção de seu discurso. Isso fica mais evidente em gêneros argumentativos, quando a

³ Neste trabalho, os termos “enunciatário”, “coenunciador”, “interlocutor”, “público” e “destinatário” são considerados sinônimos, assim como “enunciador” e “locutor”.

adesão do coenunciador torna-se crucial para o funcionamento do gênero. Em outros gêneros, no entanto, a intencionalidade talvez não seja a de convencer, mas reivindicar, demanda, de alguma forma, uma atitude do destinatário.

Para Maingueneau (2008a), *ethos* designa a projeção de imagem do enunciador em seu próprio enunciado, sem que, explicitamente, fale sobre si. Trata-se de um conjunto de sentidos que são atribuídos a um enunciador a partir de seu enunciado: “[...] dir-se-ia que o *ethos* se desdobra no registro do ‘mostrado’ e, eventualmente, no ‘dito’. Sua eficácia decorre do fato de que envolve de alguma forma a enunciação sem ser explicitado no enunciado” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 70). Esse conceito desenvolve-se nas margens do dito, do “aparente” no enunciado.

Reforçamos que o *ethos discursivo* não se remete às características físicas ou comportamentais do enunciador (seus atributos “reais”), embora a elas esteja associado. Esse *ethos* mobiliza a exterioridade linguística a qual está constitutivamente na realidade intradiscursiva, nos *modos de dizer*. Maingueneau (2008b) chama atenção para o fato de que, além do intradiscorso, outros elementos não verbais também interferem na construção do *ethos*. Em um texto escrito, por exemplo, a construção do *ethos* perpassa as bases do linguístico, como a escolha das palavras, a força dos argumentos, a organização do texto. O *ethos* permanece no intradiscorso. Diferente de um texto oral, em que, além das bases linguísticas, elementos não verbais entram em cena, como mímica, tom de voz, vestimenta, postura, aparência do locutor.

Concebemos a incorporação do *ethos discursivo* numa instância maior que a realização do próprio enunciado: a cena de enunciação. Os enunciados derivam de lugares socialmente construídos, onde os sentidos circulam, ecoando certos posicionamentos acerca dos sujeitos que os assumem. Há um “mundo” associado ao interlocutor, o qual se “corporifica” a partir de cenas de enunciação. Maingueneau (2008b) propõe três cenas: a) cena englobante: refere-se, de imediato, ao efeito pragmático do texto: discurso literário, científico, jornalístico, religioso etc., caracterizados por haver motivações pragmáticas definidas; b) cena genérica: compreende um gênero ou subgênero do discurso, uma “instituição discursiva”, cujos limites já são conhecidos pelos enunciadores – sermão, ladainha, editorial, resenha crítica etc.; c) cenografia: representa a cena de fala que configura certo discurso; a cenografia é demandada pelo próprio texto. A cenografia de uma notícia pode ser cômica, dramática, interativa, didática. Cada gênero constrói

cenografias distintas. Há certos gêneros, porém, que não possuem cenografias, já que dispõem de formas fixas de organização – portaria administrativa, bula, atestado de óbito.

Considerando a cena enunciativa da revista *Capricho*, percebemos que o discurso de autoajuda aparece como elemento da cenografia então proposta. Por se tratar de um produto midiático, a cena englobante é o discurso jornalístico por excelência, cuja cena genérica compreende gêneros também jornalísticos (carta ao leitor, notícia, reportagem, comentário). A cenografia dessa revista, o modo de organização da enunciação, configura-se na autoajuda, na condução de aconselhamentos. A enunciação toma o discurso de autoajuda como cenografia narrativa, como estratégia de construção textual, considerando, claro, a projeção de imagem – o *ethos* – que deseja incorporar em seu público.

2.2 O discurso de autoajuda para adolescentes

Entendemos o discurso de autoajuda como um conjunto de ideias que orientam os leitores em relação à descoberta, ao cultivo e ao emprego de seus “recursos interiores para a realização de todos os seus desejos e sonhos” (CHAGAS, 2002, p. 85). Segundo Chagas (2002, p. 91), os chamados manuais “mentalistas” se fundamentavam nas crenças da filosofia espiritual e na sabedoria oculta das sociedades antigas. Acrescentavam, também, elementos extraídos das religiões, da tradição esotérica e da psicologia subliminar do eu. Eles constroem “receitas” para cultivo e aprimoramento das faculdades mentais, apresentando técnicas que permitem a aplicação prática na vida. Isto é, os autores legitimam tais receitas nos apontamentos clássicos, esotéricos, religiosos e propõem a aplicação desses ensinamentos na vida do leitor. Para esses manuais, o sofrimento, por exemplo, corresponde à má utilização da mente.

A função da literatura de autoajuda está na solução de problemas individuais. Segundo Rüdiger (1996), essa literatura trabalha com remédios supramorais, que “tratam” as preocupações do indivíduo em relação à percepção social de um conflito ligado à própria personalidade. Pensar o discurso de autoajuda para adolescentes sob essa perspectiva significa problematizar a natureza do enunciatário adolescente na cena enunciativa para ele elaborada. Entram em jogo as especificidades dessa fase da experiência humana que constitui um período de transição, transformação biológica, psicológica e sociocultural. Esse momento de transição carrega um conjunto de elementos

temáticos que vão construir o fio do discurso, como, por exemplo, sentimento de incompletude, crise de identidade e necessidade de aceitação.

Nesse cenário, a adolescência configura-se, sobretudo, como “uma etapa marcada por tormentos e conturbações vinculadas à emergência da sexualidade” (BOCK, 2007, p. 64). De um lado, estão os conflitos relacionados a uma crise existencial; do outro, os relacionados ao amadurecimento do corpo. A fase da adolescência relaciona “problemas” que partem do desenvolvimento biológico e chegam ao nível existencial, criando redes de crise identitária bastante frequentes e intensas.

3 Análise e discussão dos dados

Nesta seção, procedemos à análise do *corpus*⁴, a fim de identificar como se constitui o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes. Privilegiamos duas categorias de análise: os marcadores conversacionais e a modalidade linguística. Isso em virtude da regularidade (recorrência nos textos) e da produtividade (em termos de discussão) das marcas linguísticas no material analisado.



Figura 1 – Capa das edições 1195, 1196 e 1197.

3.1 Os marcadores conversacionais

Situamos os marcadores conversacionais (MC, doravante) nos trabalhos de Marcuschi (2003), que os define como elementos do texto conversacional que operam

⁴ Seleccionamos para análise apenas enunciados em que notamos claro tom de autoajuda. Nesse sentido, as editoriais de moda, música e celebridade, por exemplo, não foram focadas, enquanto as de comportamento, sexo e horóscopo reclamaram nosso olhar – isso em virtude da delimitação aqui definida.

tanto no nível comunicativo (no fluxo da comunicação) quanto na organização sintática (na disposição estrutural das informações). Pensamos nessa categoria analítica em virtude de o texto da revista *Capricho* apresentar-se repleto de marcas de oralidade, isto é, um texto muito próximo à fala. E isso designa mais do que processos de construção textual. Denota estratégias que visam promover efeitos de empatia entre enunciador jornalista e enunciatário adolescente. Como consequência, as “barreiras” entre esses sujeitos da enunciação se tornam menos rígidas e mais difusas.

(1) *Ok*, você já ouviu falar muito sobre ela. Afinal, é adolescente, e nessa fase, os hormônios enlouquecem. E o que isso tem a ver com os cravos e as espinhas que teimam em aparecer? É que alguns desses hormônios estimulam a produção de sebo pelas glândulas sebáceas, responsáveis pela oleosidade da pele (CAPRICHOS, ed. 1997, 2014, p. 43, grifo nosso).

(2) Em 2012, a blogueira do *Depois dos Quinze* saiu da casa da mãe, em Leopoldina (MG), para se jogar em São Paulo e, desde lá, adora conhecer os cantos bonitinhos da cidade. Foi pensando nisso que decidi levá-la à minha doceria preferida: a Brigadeiro Café, em Pinheiros. [...] Chegando lá, ainda deixaram a gente fazer o tal do brigadeiro na cozinha! *Bom, foi aí* que descobri algo novo sobre a Bru: assim como eu, ela não sabe cozinhar! [...] (CAPRICHOS, ed. 1195, 2014, p. 22, grifos nossos).

(3) *Sim*, os xampus para os cabelos oleosos são feitos para você. Mas, se usados em excesso, podem causar o efeito rebote, ou seja, fios ainda mais oleosos. Por isso, alterne o xampu específico com outro para cabelos normais, qualquer um de que você goste (CAPRICHOS, ed. 1195, 2014, p. 43, grifo nosso).

(4) Não se esqueça de hidratar o corpo e beba água o tempo todo! Você pode nem perceber, mas isso fará diferença. *Ah*: se não gostar de academia, encontre alguma atividade física que combine com você. Pode ser bem diferente, tipo patinação. Quem sabe? Experimente e cuide do seu corpo e da sua saúde! (CAPRICHOS, ed. 1195, 2014, p. 87, grifo nosso).

Nos exemplos acima, os marcadores conversacionais em negrito representam sinais pré-posicionados, isto é, recursos linguísticos que iniciam o turno de fala (neste caso, o parágrafo) ou favorecem a progressão dos tópicos tratados (função de sequência textual). Para além dessas funções, os marcadores promovem determinados efeitos de sentido, sobretudo relacionados à interação verbal. Nesse aspecto, dialogamos com os trabalhos de Guerra (2007) e Furlan (2013), que, apesar de utilizarem o termo *marcadores discursivos*, estudam elementos de natureza semelhante aos que abordaremos aqui.

Em (1), *ok* assume função clara de reforçar a interação. Em termos de conversação, há o efeito de que algo já foi dito antes, um saber presumido, compartilhado entre os enunciadores. Guerra (2007) atribui a esse marcador função de sequenciamento interativo do tipo iniciador. Ele reforça um efeito de espontaneidade do texto, construindo uma cena

de intimidade, típica de relação afetuosa de amizade. Os MC favorecem a construção de uma cena enunciativa mais descontraída, cujo texto parece estar mais próximo da fala do que da escrita. Trata-se claramente de uma estratégia discursiva empregada por um sujeito que conhece o funcionamento do contrato de comunicação aí vigente.

O mesmo parece acontecer em (3), quando o enunciador inicia seu turno de fala com *sim*. Esse MC sinaliza, novamente, um pré-construído⁵ relacionado à adolescência – fase em que há potencial produção de hormônios afetando, por exemplo, a oleosidade dos cabelos. Ao utilizar *sim*, o sujeito enunciador projeta a imagem de quem conhece muito bem essa fase, antecipando, de imediato, que o tópico de que irá tratar é decisivo para a adolescente. O MC *sim* promove um efeito de certeza à enunciação, como se o sujeito enunciador detivesse autoridade para falar sobre o assunto.

Em (2), o MC *bom, foi aí* desempenha função essencialmente textual. Como se trata de uma narrativa de autoajuda, a ideia é torná-la mais “fluente” possível, isto é, a narrativa se constrói de modo semelhante às narrativas orais (a conversação), cujos operadores coesivos se diferem em parte dos operadores do texto escrito. Assim como em (1), o MC denota um efeito de espontaneidade, porém mais relacionado à progressão dos enunciados.

Em (4), observamos o MC *ah*. Este uso potencializa ainda mais o efeito de que o texto possui mais traços da língua falada do que da língua escrita. Isso porque *ah* reflete um efeito de hesitação: é como se o sujeito enunciador se esquecesse de mencionar algo e, ao lembrar, recupera o turno para tratar do tópico “esquecido”. A hesitação é característica determinante do texto falado informal, em que “há uma interrupção no fluxo informacional devido a uma má seleção futura, resultando em um enunciado ainda não concluído” (FÁVERO; ANDRADE; AQUINO, 2012, p. 60). No texto escrito, a hesitação pode ser suprimida com a simples reescrita do texto, sem que isso seja perceptível. No enunciado (4), o sujeito enunciador faz questão de demonstrá-la, a fim de reforçar o efeito de espontaneidade exigido pelo contrato de comunicação estabelecido na/pela revista *Capricho*.

Em pesquisa semelhante, Furlan (2013) também constatou que o discurso de autoajuda para adolescente constrói uma cena mais espontânea, menos rígida, diferentemente do discurso de autoajuda tradicional, em que o sujeito enunciador se

⁵ Para Maingueneau (1998, p. 114), o pré-construído integra “certos enunciados anteriores mantidos no interior da mesma formação discursiva ou numa formação adversa”.

posiciona como dono da verdade e do saber. Quando o enunciatário é um adolescente, a tessitura do discurso se modela de forma a atenuar o caráter de autoridade que é inerente à literatura de autoajuda. E essa forma de atenuar se manifesta a partir de marcas linguísticas. Como consequência, o sujeito enunciador encena ser “amigo” da adolescente, com quem pode conversar, sem restrições, sobre qualquer tema:

As ocorrências dos marcadores discursivos interacionais, que indicam uma relação mais direta entre os interlocutores, ou seja, pelos quais os interlocutores se dirigem um ao outro de maneira mais próxima ou íntima, representam, linguisticamente, uma cena de interação próxima entre os enunciadores, mais propriamente um diálogo, o que imprime ao texto um tom mais informal, próprio desse tipo de interação (FURLAN, 2013, p. 62).

3.2 Modalidade linguística

Ao eleger a categoria modalidade para a análise do nosso *corpus*, pretendemos verificar como se manifesta a relação de certeza ou de dúvida do enunciador sobre o seu enunciado. O nosso interesse é perceber se o discurso de autoajuda para adolescentes manifesta graus de certeza sobre aquilo que diz.

Nessa perspectiva, por modalidade entendemos um conjunto de relações entre enunciador, enunciado e realidade objetiva, em que o enunciador demarca, de algum modo, termos de verdade e certos graus de certeza no que expressa (NEVES, 2011). Em outras palavras, é possível perceber em enunciados o modo de relação do enunciador sobre o estado das coisas, ou o julgamento do falante sobre a probabilidade de ser verdadeiro o enunciado por ele expresso.

A modalidade deôntica relaciona-se “aos valores de permissão, obrigação e volição” (NEVES, 2002, p. 180). Realiza-se por traços ligados ao enunciador, que demonstra ter ou não controle do que diz, e ao enunciatário, que pode aceitar ou não o valor de verdade do enunciado para executá-lo. Trata-se da instauração de deveres, de eixos de conduta:

(5) *Mania de limpeza. Você precisa saber* uma coisa sobre sua higiene íntima: a fixação em deixar a vulva sempre cheirosíssima e brilhando pode acabar destruindo a flora natural da região, abrindo caminho para infecções. Claro que higiene é importante, mas *não exagere* [...] (CAPRICHIO, ed. 1197, 2014, p. 54, grifos nossos).

(6) *O vestibular está chegando e não consigo dormir. Não aguento a pressão dos pais, da escola e a pressão que eu ponho em mim.* I.V., 17 anos I.. Essa fase é difícil mesmo. Mas umas duas horinhas de relax por dia não vão

prejudicar seu desempenho. *Procure fazer* o que gosta nesse tempo. Ele vai lhe dar mais pique para estudar! (CAPRICHIO, ed. 1197, 2014, p. 103, grifos nossos).

(7) Olha, M., *não dá para apagar* o que já foi. É natural que as pessoas ainda se lembrem e comentem coisas que fez há tempos. Mas não *seja* dura consigo mesma, afinal, todo mundo comete erros. *Dê* tempo ao tempo. Suas ações, aos poucos, vão substituindo o seu “currículo”. Quando comentarem, *faça* a celeb. Com cara de paisagem, *diga* que tudo é coisa do passado... (CAPRICHIO, ed. 1197, 2014, p. 103, grifos nossos).

Em (5), (6) e (7), o sujeito enunciador se utiliza de qualificadores deônticos para imprimir um efeito de autoridade ao que diz. Esses qualificadores “funcionam sempre como instrumentos à disposição do enunciador para impor vontades sobre o enunciatário” (BRUNELLI; DALL’AGLIO-HATTNER, 2011, p. 22). De forma explícita, estão orientados, pois, ao participante, regulando-lhes o comportamento por meio de ordens e proibições.

Nos enunciados em destaque, a modalização deôntica se estabelece por meio de verbos auxiliares (“*precisa* saber”, “*procure* fazer”, “*não dá para* apagar”) e de verbos no modo imperativo, como destacado em (7). Essas construções também contribuem para a manifestação de certeza, caracterizando o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes, no qual o sujeito aconselhador precisa projetar uma imagem de quem domina o que diz:

Como se trata de uma questão de acreditar, de não duvidar, entendemos que os autores de auto-ajuda, enquanto sujeitos desse discurso, também devem manifestar em seus textos, com relação às teses que propõem, essa mesma crença/confiança que pregam para os seus leitores. Além disso, se as teses que apresentam são verdadeiras, se as fórmulas e orientações propostas efetivamente funcionam e se tudo é realmente uma questão de acreditar, então a incerteza e a dúvida devem mesmo ser manifestações excluídas e ou rejeitadas nos textos desse discurso (BRUNELLI, 2004, p. 8, grifos nossos).

Outra modalidade encontrada relaciona-se com a necessidade e a possibilidade epistêmicas; refere-se ao eixo da crença; “envolve os seguintes conceitos: certo, provável, contestável e excluído” (BRUNELLI, 2004, p. 14). Trata-se de o enunciador revelar o grau de possibilidade de determinando evento acontecer, podendo ou não expressar comprometimento em relação ao conteúdo do enunciado:

(8) Se você já consegue se imaginar com outros: quando você está realmente desencanada, *é fácil* se imaginar pegando o gato da praia (e namorando com ele!). Assim, sem nenhuma culpa ou vontade de estar com o ex (CAPRICHIO, ed. 1197, 2014, p. 94, grifos nossos).

(9) Bom a primeira vez é a parte da história de cada uma, não existe uma primeira vez única! Isso vale tanto para a emoção do momento quanto para esses detalhes técnicos que devem estar lhe incomodando. *Pode* doer, *pode* sangrar, *pode* ser rápido e... *pode* ser o inverso de tudo isso! Você também *pode* sentir prazer logo de cara ou nem tanto assim [...] (CAPRICHIO, ed. 1197, 2014, p. 101, grifos nossos).

Em (8) e (9), os modais epistêmicos estão orientados para a possibilidade de um evento ocorrer. Em (8), o sujeito enunciador arquiteta possíveis cenários, traça exemplos que balizam o poder argumentativo de seus enunciados. Isso promove um efeito de distanciamento, pois condiciona ao próprio evento a probabilidade de este ocorrer, e não ao juízo de valor do sujeito enunciador. Gera também um efeito de dúvida ao dito, não comprometendo, porém, o caráter de autoridade do discurso de autoajuda, como bem argumentam Brunelli e Dall’Aglia-Hattner (2011, p. 25): “[...] embora as ocorrências em questão sejam manifestações de possibilidade, elas não se apresentam como manifestações de incerteza do sujeito enunciador em si, que se esquivava desse comprometimento [...]”.

Em (9), o modal *pode* é recorrente, corroborando o argumento de que os eventos estão no plano da possibilidade. Trata-se de não conferir um tom taxativo a eventos que designam situações as quais os adolescentes podem vivenciar. O efeito de incerteza não está sobre o enunciado (o conteúdo em si), mas sobre as situações que envolvem os enunciatários. Assim como em (8), o sujeito enunciador parece não emitir um juízo de valor em seus enunciados, esquivando-se de possíveis comprometimentos em relação às avaliações/conselhos que propõe, ou seja, a manifestação de possibilidade o isenta da responsabilidade pelos eventos que narra.

4 Considerações finais

Neste texto, analisamos o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes. Escolhemos como *corpus* três edições da revista *Capricho*, uma das principais publicações brasileiras com foco no universo jovem. Nossa intenção foi identificar as bases linguísticas que caracterizam os modos de dizer desse tipo de discurso, entendendo-as num plano maior (o discursivo), a fim de perceber quais efeitos de sentido as escolhas linguísticas manifestam.

Situamos as questões da língua no escopo do contrato de comunicação. Isso significa dizer que a comunicação humana se realiza por meio de contratos, que exigem certas regularidades em termos de estrutura linguística, como forma de criar efeitos de adesão no seu público potencial. Atribuimos às escolhas linguísticas o caráter de estratégia, de forma a negar qualquer hipótese que pressupõe a construção de enunciados como fruto de uma causalidade.

A nossa visada privilegiou duas categorias de análise: os marcadores conversacionais e a modalidade linguística. Elas apontaram que o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes reclama, de um lado, efeitos de espontaneidade, em busca do envolvimento com o enunciatário; e, do outro, efeitos de autoridade, na manifestação de certeza que caracteriza o seu domínio.

REFERÊNCIAS

- BRUNELLI, Anna Flora. **O sucesso está em suas mãos: análise do discurso de auto-ajuda**. 2004. 149f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- BRUNELLI, Anna Flora; DALL’AGLIO-HATTNER, Marize Mattos. As qualificações do saber, do dever e do poder: uma análise linguística do discurso de autoajuda. In: BARONAS, Roberto Leiser; MIOTELLO, Valdemir (Org.). **Análise de discurso: teorizações e métodos**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011.
- BOCK, Ana Mercês Bahia. A adolescência como construção social: estudo sobre livros destinados a pais e educadores. **Psicol. esc. educ.**, jun. 2007, vol.11, n. 1, p. 63-76.
- CASTILHO, Ataliba de. **Os mostrativos no português falado**. In: _____. (Org.). Gramática do português falado. Volume III: as abordagens. Campinas: Editora da Unicamp/FAPESP, 1993.
- CHAGAS, Arnaldo. **O sujeito imaginário no discurso de auto-ajuda**. Ijuí: Ed. Unjuí, 2002.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010a.
- _____. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010b.
- ERICKSON, E. **Identidade, juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- FÁVERO, Leonor Lopes; ANDRADE, Maria Lúcia da Cunha V. de Oliveira; AQUINO, Zilda Gaspar Oliveira de. **Oralidade e escrita: perspectivas para o ensino de língua materna**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2012.
- FORNARI, Liege Maria Sitja; SOUZA; Elizeu Clementino de. As narrativas nos discursos de auto-ajuda. **Revista da FAEEBA**, Salvador, nº 15, p. 133-141, jan./jun., 2001.

FRANÇA, Renné Oliveira. Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB; Reges (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

FURLAN, Marília Molina. **Cenas de enunciação e ethos discursivo**: análise do discurso de autoajuda para adolescentes. 2013. 162f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de São José do Rio Preto, 2013.

GUERRA, A. R. **Funções textual-interativas dos marcadores discursivos**. 2007. 233f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) - Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São José do Rio Preto, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do *ethos*. São Paulo: Contexto, 2008a.

_____. **Cenas da enunciação**. Parábola Editorial: São Paulo, 2008b.

_____. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Maria Cecília P. de Souza-e-Silva. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

_____. **Termos-chave da análise do discurso**. Tradução de Márcio Venício Barbosa e Maria Emília Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da conversação**. 5. ed. São Paulo: Editora Ática, 2003.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Fapesp, 2001.

NEVES, Maria Helena de Moura. A modalidade. In: KOCH, Ingedore G. Villaça (Org.). **Gramática do português falado**. V. VI: Desenvolvimentos. 2. ed. rev. Campinas: Editora da UNICAMP, 2002.

_____. Imprimir marcas no enunciado. In: _____. **Texto e gramática**. São Paulo: Contexto, 2011.

REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1195, 20 fev. 2014. 90p.

REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1196, 6 mar. 2014. 90p.

REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1197, abr. 2014. 114p.

RÜDIGER, Francisco. **Literatura de auto-ajuda e individualismo**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1996.