

AS FIGURAS DE ARGUMENTAÇÃO EM CENA: *ETHÉ* DE HOMENS E
MULHERES NO DISCURSO DE AUTOAJUDA

*FIGURES OF ARGUMENT ON SCENE: ETHÉ OF MEN AND WOMEN IN SELF-
HELP DISCOURSE*

Claudiana dos Santos¹

Marcia Regina Curado Pereira Mariano²

RESUMO: A popularidade da literatura de autoajuda é incontestável, e, por essa razão, o objetivo deste trabalho é analisar o livro *Homens: o manual de instruções* (2013) e observar a construção dos *ethé* de homens e mulheres. A pesquisa de cunho qualitativo, baseada em pressupostos da Nova Retórica, apoiou-se nas abordagens de Chaïm Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca (2005[1958]) para compreender como as figuras de argumentação atuam na construção do *ethos*. A análise identificou uma cristalização de valores e a busca pelo rompimento da dominação masculina.

Palavras-chave: *ethos*; autoajuda; figuras de argumentação.

ABSTRACT: The popularity of self-help literature is undeniable, and for this reason, the objective of this paper is to analyze the book *Men: the user guide* (2013) and observe the construction of the *ethé* of men and women. The qualitative research, based on assumptions of the New Rhetoric, relied on the approaches of Chaïm Perelman and Lucie Olbrechts-Tyteca (2005[1958]) to understand how the figures of argument act in the construction of the *ethos*. This analysis identified a crystallization of values and the attempt to break off with male dominance.

Keywords: *ethos*; self-help; figures of argument.

¹ Doutoranda, UFS.

² Doutora, UFS.

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre o *ethos* são realizados seguindo diferentes dimensões teóricas, destacando-se as perspectivas retóricas e discursivas. O conceito de *ethos* discutido neste trabalho parte do tripé retórico postulado por Aristóteles, *ethos*, *pathos* e *logos*, e apresenta a noção sob o viés discursivo de Dominique Maingueneau (2008) e Ruth Amossy (2016), o qual adotamos em nossa análise, tendo em vista as problemáticas sociais levantadas por nosso objeto de análise. Outra abordagem aqui considerada define o *ethos* não apenas como a imagem do orador, mas também como as imagens que o orador constrói de outros em seu discurso e com as quais o auditório pode se identificar, conforme Luiz Ferreira (2010).

Para a análise desse conceito tão caro aos estudos da retórica e da argumentação discursiva, selecionamos um manual de autoajuda intitulado *Homens: o manual de instruções*, de 2013, cuja autoria é de Claudia Ponte. A obra selecionada não é reconhecida como um *bestseller*, todavia, justificamos a escolha em virtude da dimensão argumentativa da imagem de capa e o título do livro. Outrossim, o livro está inserido no mercado de autoajuda nos departamentos de saúde e família; amor e romance; autoajuda e desenvolvimento pessoal, conforme as classificações da plataforma Amazon. Além disso, a escolha desse *corpus* está relacionada à nossa proposta de projeto de pesquisa do doutorado, em desenvolvimento, cujo objetivo é analisar as interdiscursividades da autoajuda na construção do *ethos* de leitor.

Na elaboração deste trabalho, apresentamos inicialmente os conceitos básicos constituintes da literatura de autoajuda. Na sequência, expomos uma breve contextualização histórica da retórica antiga e o advento das novas retóricas, seguidos da noção de *ethos* discursivo, especificamente nas visões desenvolvidas por Maingueneau (2008) e Amossy (2016). Logo após, reservamos um espaço para explicar

as tipologias de figuras de argumentação e retórica, com base nos estudos de Chaïm Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca (2005[1958]). Por fim, realizamos a análise do *corpus*, enfatizando o emprego das figuras de argumentação e retórica como elementos estruturantes do discurso persuasivo por intermédio do *ethos*, do *pathos* e do *logos*.

O trajeto metodológico foi moldado pelo recorte e pela análise dos títulos, subtítulos e de alguns enunciados da obra. Outrossim, observamos como a capa do livro operou como elemento persuasivo por meio do recurso à multimodalidade. Esse recorte contribuiu para a apreensão dos *ethé*³ masculino e feminino.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005[1958], p. 26) afirmam que, para poder influenciar mais o auditório, pode-se condicioná-lo por meios diversos: música, iluminação, jogos de massas humanas, paisagem e direção teatral. Esses meios apresentam-se como ferramentas essenciais de ação sobre as mentes. Dessa forma, pressupomos que as imagens e cores presentes na capa do livro analisado formam uma paisagem que ilustra o poder argumentativo do visual.

Como principais resultados deste estudo, obtivemos a apreensão de um *ethos* feminino submisso à dominação masculina, que representa mulheres carentes e desinformadas sobre o sucesso na vida amorosa, um *ethos* configurado pelo discurso pseudofeminista. Encontramos um *ethos* masculino objetificado, insensível e, por mais que pareça contraditório, submisso aos caprichos sexuais das mulheres. No *corpus* selecionado, a imagem discursiva do suposto leitor é construída por intermédio das figuras retóricas; a persuasão do auditório ocorre através do uso de analogias que associam o homem a uma máquina. Enquanto isso, o leitor é o usuário/consumidor que vê no manual de instruções a “operacionalização do homem”. Por intermédio do *pathos*, a oradora tenta ganhar a confiança do/a leitor/a que procura conquistar, dominar e coordenar o seu homem, através do “manual de instruções”.

³ Adotamos esta terminologia utilizada por Maingueneau (2008) para designar o plural da palavra *ethos*.

2. A LITERATURA DE AUTOAJUDA

Na obra *Literatura de autoajuda e Individualismo*, Francisco Rüdiger (2010, p. 07) conceitua a literatura de autoajuda como “um conjunto de relatos, de manuais, de textos que ensinam como conduzir a vida, sobrepujar a depressão, manejar com pessoas, exercitar a sexualidade, parar de fumar, perder peso, prosperar financeiramente, etc.” Constitui-se como uma prática de leitura que o indivíduo utiliza como apoio para a transformação dos problemas decorrentes da vida moderna.

A indústria cultural é alavancada por dois tipos de literatura: a culta e a de massa. Para Muniz Sodré (1988), a literatura de massa é caracterizada pela produção e consumo, ou seja, o reconhecimento é dado pelo mercado consumidor. A ascensão do grande volume de vendas de livros categorizados na lista de autoajuda promulga a popularização do ato da leitura e, conseqüentemente, abre um leque de imagens acerca dos diferentes *ethé* de leitores.

Para Adriana Penzim (2016), em suas reflexões sobre literatura de autoajuda e governamentalidade:

É bem claro que a literatura de autoajuda se expande em uma cultura em que proliferam práticas de subjetivação historicamente contingentes, intrinsecamente ligadas a racionalidades e tecnologias do poder político (ROSE, 2001), voltadas para a afirmação de um indivíduo auto construtor de si mesmo, próprio de um *ethos* liberal — aqui entendido como um conjunto de práticas, em permanente regulação, que se exercem na perspectiva de se alcançar com mínimo governo a máxima eficácia; práticas as quais se orientam por objetivos voltados sobretudo para a fabricação de estilos de vida que, em simultâneo, produzam e adiram desejanamente a tal *ethos*. (PENZIM, 2016, p. 04).

Acerca desse *ethos* liberal que evoca a liberdade individual e estilos de vida, podemos relacionar o liberalismo da leitura e das diferentes linhas formativas de

leitores, desencadeando um quadro múltiplo sobre o *ethos* de leitor no Brasil, a exemplo das categorizações de leitores literários e não literários.

O conceito de *ethos*, como veremos, é parte integrante dos estudos da retórica aristotélica, que abordaremos a seguir.

3. PERSPECTIVAS TEÓRICAS NA TRAJETÓRIA DA RETÓRICA

De acordo com Roland Barthes (1975), a prática retórica assumiu diferentes vertentes mediante as diferentes épocas; por isso, ao tratar da teoria retórica, não podemos deixar de lado a “árvore genealógica” que deu legitimidade a este ramo da ciência.

A palavra “retórica” é originária do grego *rhetoriké* (arte da retórica). É em Aristóteles (2011) que encontramos os primeiros laços genealógicos da retórica. Segundo Barthes (1975), a retórica aristotélica define-se como uma arte capaz de obter certo nível de persuasão que envolve qualquer assunto ou pode ser compreendida como uma capacidade de esmiuçar aquilo que em cada caso pode ser próprio a persuadir.

A tradição histórica ocidental localizou a gênese da retórica no séc. V a.C. Ao abordar o trajeto da retórica na Antiguidade e na Idade Média, Ricardo da Costa (2019, p. 354) nos diz que, no universo da mitologia, a *retórica* foi uma “dádiva dos deuses” e sua “deusa criadora” foi *Peitho*, personificação da *persuasão* e da *sedução*.

No que concerne ao viés político e econômico, o surgimento da retórica é registrado na Sicília. Os habitantes gregos da ilha da Sicília, desejosos de recuperar suas terras após a expulsão dos tiranos, sentiram a necessidade de criar discursos racionalmente organizados e persuasivos. De acordo com Manoel Alexandre Júnior (2005, p. 19), tal necessidade rapidamente inspirou a criação de uma arte que pudesse ser ensinada nas escolas e habilitasse os cidadãos a defenderem as suas causas e

lutarem pelos seus direitos. Foi assim que surgiram os primeiros professores da disciplina que mais tarde se viria a chamar retórica.

Em Aristóteles (2011), retórica é sobretudo uma retórica da prova, uma teoria da argumentação persuasiva. Para o estagirita, a persuasão é obtida, sobretudo, graças ao caráter pessoal do orador. Para o filósofo grego, há três tipos de meios de persuasão supridos pela palavra falada. “O primeiro depende do caráter pessoal do orador [o *ethos*]; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espírito [o *pathos*]; e o terceiro, do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar [o *logos*].” (ARISTÓTELES, 2011, p. 45).

Maingueneau (2008, p. 13), ao retomar as ideias de Aristóteles acerca da relação existente entre a imagem de si, confiança e convencimento, observa que: “para dar essa imagem positiva de si mesmo, o orador pode se valer de três qualidades fundamentais: a *phronesis*, ou prudência, a *aretè*, ou virtude, e a *eunoia*, ou benevolência”. A impressão que o orador transmite ao seu auditório passou a ser marca principal na constituição do *ethos*, logo, Aristóteles estabeleceu uma tipologia dos discursos retóricos que fundou a relação orador-auditório.

Actualmente, em resultado de uma longa evolução, a retórica apresenta-se dividida em dois ramos: uma retórica da elocução, o estudo da produção literária; e uma retórica da argumentação, o estudo da palavra eficaz ou produção persuasiva. As duas retóricas intitulam-se «novas retóricas»: tanto a que se passou a divulgar com Chaïm Perelman, a partir da década de 1950, uma Nova Retórica ou teoria da argumentação inspirada na essência da retórica de Aristóteles como a assinalada por Paul Ricoeur no quinto estudo da sua *Métaphore vive*, «La métaphore et la nouvelle rhétorique», não só ignorando a empresa perelmaniana como também apenas se referindo à retórica literária. (JÚNIOR, 2005, p. 30).

A retórica antiga entrou em declínio a partir do século XIX d.C. Entretanto, Luiz Ferreira (2010, p. 45) afirma que “a retórica declinou, sim, mas não morreu. Renasceu, vigorosa, na Europa, a partir dos anos 1960 com o advento da nova retórica”. A retórica antiga deixou um legado filtrado pelas neoretóricas, conseguindo agregar a esse campo

de estudo uma ampliação dos gêneros retóricos e as concepções do verossímil e da lógica dos valores.

Conforme Lineide Mosca (2001, p. 18), a partir dos anos 60, as teorias retóricas modernas conseguiram retomar a velha Retórica e, “ao mesmo tempo, renová-la, valendo-se dos avanços trazidos por diversas disciplinas que se configuraram em nosso século: a Linguística, a Semiótica, a Teoria da Informação e a Pragmática”. Nesse sentido, podemos salientar o dialogismo que a (neo)retórica permite com os diferentes campos do conhecimento, inclusive, abrangendo “todo o campo do discurso que visa convencer ou persuadir, seja qual for o auditório a que se dirige e a matéria a que se refere” (PERELMAN, 1993, p. 22). A retomada do conceito de *ethos* pelos estudos de viés discursivo é um exemplo desse dialogismo.

4. SOBRE O *ETHOS* NA PERSPECTIVA DISCURSIVA

A concepção etimológica do termo *ethos* é originária do grego antigo e equivale a costume, valores, comportamentos, hábitos e caráter⁴. De um modo geral, nos estudos da linguagem, existem duas dimensões acerca do estudo do *ethos*: *ethos* retórico e *ethos* discursivo. Acerca desse assunto, Ferreira (2010, p. 90) elucida a noção de *ethos* aristotélico como “a imagem que o orador constrói de si em seu discurso”, e na mesma obra ele nos apresenta uma versão mais atualizada do termo, a de que hoje se aceita como *ethos* “a imagem que o orador constrói de si e dos outros no interior do discurso”.

Nos estudos discursivos, o *ethos* permanece sendo apenas o do orador, mas a principal diferença entre o *ethos* de Aristóteles e o *ethos* dos estudos discursivos é a introdução da concepção de *ethos* prévio/pré-discursivo (exterior à linguagem, como o da sociologia de Pierre Bourdieu) que, no entanto, não importa tanto quanto aquele

⁴ De acordo com Ferreira (2010, p. 90), ético é uma palavra que vem do grego *ethos* e equivale a costume, caráter.

construído no momento da enunciação. Segundo essa concepção, quando o orador toma a palavra, ele constrói uma imagem de si, e a partir disso, o resultado poderá ser compatível com o estatuto social do orador ou sua reputação pré-concebida pelo auditório, como também poderá ser invalidado por uma falta de correspondência com o já conhecido. Vale lembrar que, nos estudos discursivos (assim como na retórica aristotélica), o *ethos* não precisa ter uma correspondência com o caráter real do orador, o efeito é construído no e pelo discurso. Ademais, Maingueneau (2006), especificamente, vai trazer os conceitos de incorporação, tom e voz como dimensões do *ethos*.

Dentre as diferentes abordagens acerca do *ethos*, Maingueneau afirma:

O *ethos* discursivo, embora se diferencie da tradição retórica, não deixa de concordar com três ideias básicas do *ethos* aristotélico: o *ethos* é (a) uma noção discursiva, isto é, constitui-se por meio do discurso, não sendo, portanto, uma “imagem do locutor exterior à fala”, (b) um “processo *iterativo* de influência sobre o outro” e (c) uma noção “[...] *híbrida* (sócio-discursiva), tem um comportamento socialmente avaliado, que não deve ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa”, própria de uma conjuntura histórico-social. (MAINGUENEAU, 2006, p. 60, grifos no original).

Dessa forma, os estudos de Maingueneau (2006) consideram que o *ethos* está unido ao ato da enunciação, mas os destinatários mantêm também uma representação do *ethos* do locutor antes mesmo de ele vir a emitir qualquer fala, conceito que explora a abrangência do *ethos* discursivo e do *ethos* pré-discursivo (prévio).

A respeito do *ethos* prévio, Amossy (2016) defende que o orador promove a antecipação da construção de uma imagem de seu auditório, a fim de alcançar a adesão de seu público. Para a autora:

Esse *ethos*-prévio, que precede à construção da imagem no discurso, corresponde ao que Maingueneau prefere chamar ‘*ethos* pré-discursivo’. No momento em que toma a palavra, o orador faz uma ideia de seu auditório e da maneira pela qual será percebido; avalia o impacto sobre seu discurso atual e trabalha para confirmar sua

imagem, para reelaborá-la ou transformá-la e produzir uma impressão conforme às exigências de seu projeto argumentativo. (AMOSSY, 2016, p. 125).

Essas exigências são elaboradas com base nos auditórios aos quais os oradores dirigem seus discursos. Ainda alargando o plano conceitual, além da noção de *ethos* pré-discursivo, os estudos de Maingueneau (2006) abarcaram a compreensão do *ethos* dito (quando o orador fala de si) e do *ethos* mostrado (*ethos* que o orador constrói pelo modo de dizer), sendo este o mais importante. Nesse plano dos estudos discursivos, temos ainda as contribuições de Ruth Amossy (2016) no tocante às relações entre *ethos* e estereótipos.

Adotando a perspectiva discursiva do *ethos*, dialogaremos, a seguir, com as noções de figuras argumentativas, que constituem nosso principal critério de análise na apreensão do *ethos* neste trabalho.

5. FIGURAS DE COMUNHÃO, PRESENÇA E ESCOLHA

No *Tratado da argumentação*, Perelman e Olbrechts-Tyteca destacam o uso persuasivo de modos de expressão que não se encaixam no comum e causam a sensação de surpresa, que são as figuras de argumentação e retórica, e constatam que “uma mesma figura, reconhecível por sua estrutura, nem sempre produz necessariamente o mesmo efeito argumentativo” (2005[1958], p. 194). Ao explorarmos a eficácia argumentativa das figuras, temos as concepções das figuras de escolha, presença e de comunhão. Vejamos:

- a) *Figuras de Comunhão*: são aquelas em que, mediante procedimentos literários, o orador empenha-se em criar ou confirmar a comunhão com o auditório. Amiúde essa comunhão é obtida mercê de referências a uma cultura, a uma tradição, a um passado comuns.
- b) *Figuras de Presença*: as figuras de presença têm por efeito tornar presente na consciência o objeto do discurso.

c) *Figuras de Escolha*: [também denominadas de figuras de seleção ou caracterização]. A escolha dos termos, para expressar o pensamento, raramente deixa de ter alcance argumentativo. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.168-201).

Para Mariano (2011, 1436), Perelman e Olbrechts-Tyteca já haviam percebido como é complicado estabelecer uma tipologia de figuras, posto que “nem sempre quando uma dessas formas é utilizada, pode ser considerada figura de argumentação e retórica”. As figuras retóricas são compreendidas em consonância com a interdependência entre os três pilares da retórica — *ethos*, *pathos* e *logos*. Inscritos no *logos* e funcionando como argumentos, são elementos privilegiados para a análise do *ethos*, por refletirem escolhas inusitadas, inesperadas, do orador. Por outro lado, estão intrinsecamente ligadas ao *pathos*, “que marca a busca de equilíbrio entre o eu e o não-eu e que pode ser definido como o lugar em que o orador constrói a imagem do auditório e a ele adapta seu discurso, escolhendo os argumentos adequados e estabelecendo as paixões.” (MARIANO, 2007, p. 133).

Os usos das figuras estão condicionados às construções argumentativas do orador, as quais propiciam o surgimento de paixões positivas ou negativas. As figuras, no funcionamento discursivo, são responsáveis pelos diferentes efeitos de sentido. Em nossa análise, veremos como elas contribuem na construção do *ethos*.

6. A ARTE DE PERSUADIR E DECIFRAR O OUTRO

Para esse momento, reservamos a análise dos *ethé* de homens⁵ e mulheres na obra *Homens: o manual de instruções* (2013), com base nas figuras de argumentação e retórica. Para esta abordagem, selecionamos elementos pré-textuais e textuais, tais

⁵ O termo *homem* é empregado por Ponte (2013, p. 08) como um indivíduo do sexo masculino, com uma série de características físicas que o diferenciam do ser humano do sexo feminino.

como: capa, títulos, subtítulos e enunciados de alguns capítulos. A obra está subdividida em três partes e no total é composta por 188 páginas.

As produções enquadradas na categoria de literatura de autoajuda são vistas como fenômenos de vendas no mercado industrial. Não obstante, o reflexo desse mercado vislumbra as tendências de uma sociedade regida pelos ditames capitalistas. No *corpus* selecionado para este trabalho, compreendemos como o *ethos* masculino é construído, em conjunto com o *ethos* feminino. Ao passo que realizamos este recorte, conseguimos abrir espaço para a busca da imagem discursiva daqueles que recepcionam esse tipo de leitura. Identificamos como ocorre a abrangência da oferta de tais temáticas para o público heteroafetivo; todavia, sinalizamos que existe também a oferta de obras voltadas a atender o público homoafetivo.

A princípio, consideramos a relevância de iniciarmos a análise por intermédio dos elementos icônicos presentes na capa do livro. Vejamos:

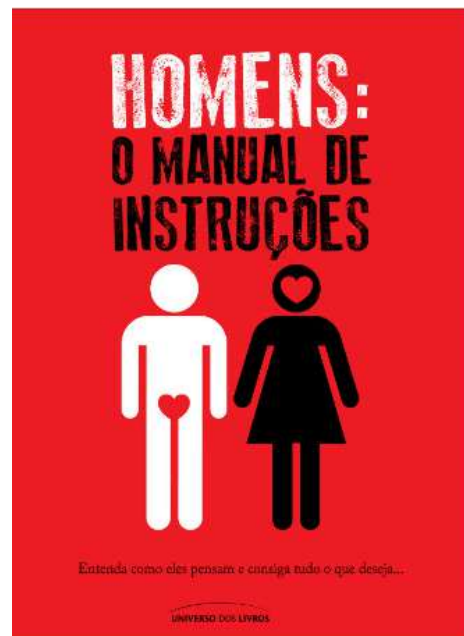


FIGURA 1 — PRIMEIRA CAPA (PONTE, 2013).

Quando nos deparamos com a capa do livro escolhido, notamos de imediato a articulação entre modalidades visuais e verbais. De acordo com Paulo Roberto

Gonçalves (2020, p. 807), é possível observar a articulação entre as modalidades verbal e imagética na construção de metáforas, visto que as “metáforas são esquemáticas por natureza e, como tal, permitem diferentes instanciações em uso concreto, não apenas por meio da linguagem verbal, mas também por outras modalidades, como imagens”. Nessa direção, as imagens sugerem a construção argumentativa de que “o coração do homem é o órgão sexual”, enquanto “o coração da mulher é o cérebro”.

No campo da semiótica⁶, com o estudo dos signos, podemos relacionar os dois bonecos que aparecem na capa como sendo ícones, visto que o ícone traz à tona a semelhança física com o que representa. O boneco representa o homem, a boneca é a representação da mulher e o desenho do coração é um índice que faz a representação da localização dos sentimentos femininos e masculinos. “Os ícones estão, portanto, no nível do interpretante emocional, enquanto os índices se apresentam como correspondentes da ação física ou mental”, segundo Mariana Lemos Schwartz e Gustavo Burla (2016, p. 198).

A fim de dar conta desses aspectos, resolvemos explorar a concepção de metáforas multimodais. Dessa forma, observamos o título da obra: *Homens: o manual de instruções* (2013). Com base no título da obra, o *ethos* masculino é construído a partir da figurativização do homem enquanto uma máquina. Ao longo do texto, essa analogia (homem-máquina) é reforçada e se torna um dos principais argumentos da oradora para obter a persuasão do seu público. É válido lembrar que estamos tratando de um manual que se destina a um auditório feminino. Desse modo, não encontramos na obra indícios explícitos de um alargamento da noção de feminilidade que abarque diferentes orientações sexuais possíveis, ou seja, por exemplo, que indique que uma determinada estratégia de conquista de um homem é interessante também para o homem *gay*. Da

⁶ Para Lucia Santaella (2005, p. 06), “a semiótica não é uma chave que abre para nós milagrosamente as portas de processos de signos cuja teoria e prática desconhecemos. Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos”.

capa aos enunciados, o texto baseia-se na heteronormatividade. A oradora faz o uso da amplificação de respostas que ensinam a “maneira correta” de “manusear” o homem. A metaforização atrelada às posições dos corações designa à mulher a ideia de amor e racionalidade, enquanto o homem está submisso aos instintos sexuais, como veremos no decorrer das análises.

Ao adentrarmos no sumário da obra, verificamos que existem figuras de escolha que deixam bem demarcada essa figurativização. Ao citarmos esse conceito, retomamos o que foi dito por Márcia Mariano (2007) ao afirmar que

(...) a figurativização, na concepção greimasiana, permite-nos “sentir” o texto a partir dos sentidos: tato, visão, olfato, paladar e audição. Assim, se falamos sobre o amor, podemos concretizá-lo para o leitor/ouvinte por meio das seguintes figuras: vermelho, quente, macio, suave, doce, belo e picante. (MARIANO, 2007, p. 105).

Destacamos a cor e a posição dos corações: no homem, o coração encontra-se localizado nas partes genitais, enquanto, na figura feminina, o coração está localizado na região da cabeça. A cor vermelha, por sua vez, é aplicada nos corações, retomando a representação do amor, da paixão, dos sentimentos. O vermelho é a cor predominante na capa do livro. Tradicionalmente, o *ethos* prévio feminino está atrelado ao campo emocional, sendo a mulher aquela que é dotada de sentimentos e paixões (modelos estereotipados), enquanto o do homem é associado ao campo racional e à virilidade. Ambas as imagens denotam lugares-comuns. Tais considerações retomam um modelo cristalizado de compreensão dos moldes de relacionamentos entre homens e mulheres, um estereótipo decadente, visto que existem divergências entre os padrões conservadores e modernos, associados à atuação das mulheres nos relacionamentos.

No sumário do livro, temos alguns subtítulos que buscam despertar a atenção do auditório/público leitor. Os leitores são surpreendidos quando encontram escolhas verbais que acionam a comunhão através da analogia e da própria metaforização. Temos como exemplos dessas figuras de escolha e de comunhão os seguintes subtítulos:

a) On-off instruções para ligá-lo; b) Dois milhões de anos a nosso serviço; c) Os top dez da espécie; d) E se não funcionar; e) O custo do conserto; f) Com selo de garantia e reclamações; g) Admitem-se devoluções.

Observamos que a estrutura “On-off instruções para ligá-lo” constrói a imagem do homem enquanto um aparelho que pode ser acionado ou desligado. Expressões como essas geralmente aparecem no formato do gênero manual de instruções, cuja função, por meio da predominância do tipo textual injuntivo, é apresentar, ensinar a montar, operar e conservar um equipamento. Nesse sentido, essa “imitação” adotada na construção do manual nos proporciona um *ethos*-clichê da literatura de autoajuda. Identificamos o uso de figuras de escolha no seguinte enunciado: “(1) Pois bem, essa seria a forma mais simplista de descrever o processo de ativação *on-* nos homens. Nada tão singelo como insinuar a possibilidade de sexo para que acudam como abelhas num favo cheio de mel.” (PONTE, 2013, p. 22).

Com a presença da metáfora “abelhas num favo cheio de mel” como figura de escolha, há a propagação da ideia de que o homem tem o prazer como vocação essencial. O homem é construído enquanto objeto manipulável. A oradora utiliza artifícios argumentativos para manter proximidade com a/o suposta/o leitor/a. Faz uso de uma linguagem que descreve as situações de modo tão vívido que parecem passar-se sob os nossos olhos (hipotipose). Outro recurso utilizado é a repetição, principalmente, nas formulações que pretendem revelar segredos de sedução:

(2) O segredo está em saber ativá-lo e desativá-lo de tempos em tempos, em conhecer esse interessante dispositivo que todos os homens possuem e que nos permite ligá-los ou desligá-los à vontade (PONTE, 2013, p. 21).

(...)

(3) Uma forma maravilhosa de desativá-lo à noite (botão off) é oferecer uma noite de sexo de primeira. Você conseguirá fazê-lo dormir como um urso, descansar e repor forças. Outra vantagem dessa proposta é que ela também será benéfica para você. Saiba que tudo que se faz a dois é duplamente satisfatório. (PONTE, 2013, p. 32-33).

Através dessa similaridade com o gênero manual de instrução, a mulher passa ao lugar de consumidora, aquela que detém a posse de um bem. A mulher é elevada à posição de operadora de uma máquina denominada homem. Essa dominação é pleiteada por meio do clichê invertido (apelo à dominação masculina por intermédio do sexo). A oradora diz no início da obra que não se trata de um discurso feminista. Negar o pertencimento a esse lugar denota características de um *ethos* da oradora, não apenas dito, mas mostrado, no sentido de ser alguém que desconhece os princípios reais que regem a luta feminista. O que constatamos nas abordagens foi uma argumentação que enquadra o homem como submisso às mulheres. Todavia, não há vestígios de uma linguagem que supervaloriza a mulher. A mulher é aquela que ativa o homem através dos recursos relativos à sensualidade e ao romantismo. No subtítulo “como ativá-lo e desativá-lo”, a oradora declara: “(4) O homem se ativa sozinho quando você... O surpreende com uma cena com velas e um modelito sugestivo; dá uma escapadinha romântica com ele; propõe uma tarde relaxante só para os dois; estreia um novo conjunto de roupa íntima; o presenteia com uma massagem relaxante e uma taça de vinho.” (PONTE, 2013, p. 21).

Para Ferreira (2010, p. 128), “cada auditório possui valores admitidos que influenciam na hora do acordo e que, ao orador, servem de referência para escolher os argumentos. É preciso fazer escolhas que funcionem persuasivamente, que sejam importantes e pertinentes”. No enunciado em destaque, visualizamos a submissão feminina a partir de um cenário que não foge aos modelos estereotipados, em que a mulher é o instrumento de prazer. E, novamente, o raciocínio insiste no mesmo tópico, apesar de já entendidos pelo auditório. A repetição é usada como artifício para didatizar o discurso de autoajuda mobilizado no referido livro.

Em outro momento, o uso dos subtítulos “Dois milhões de anos a nosso serviço” e “Os top dez da espécie” é uma tentativa de qualificar a relação entre homens e mulheres, de acordo com o interesse argumentativo do próprio gênero autoajuda,

persuadindo o leitor a encontrar a resposta para os dilemas que lhe são impostos, usando o discurso do sensacionalismo e elementos que retomam o discurso religioso. O uso de um argumento do lugar da quantidade, “dois milhões de anos”, não condiz com a qualificação e, sim, com o sarcasmo, ao tornar explícito que os homens estão sob a posse das mulheres, “a nosso serviço”, sem abrir espaço para o fato de que a ordem masculina continuamente é reproduzida através dos tempos. O mesmo lugar retórico aparece no segundo subtítulo, no numeral “dez”, onde a oradora vale-se também de gíria “os top”, como uma figura de escolha que categoriza e desperta a admiração de quem pretende aprender as técnicas de conquista.

Compreendemos que expressões como: 1) E se não funcionar; 2) O custo do concerto; 3) Com selo de garantia e reclamações; 4) Admitem-se devoluções, são figuras de escolha que provocam reações expressivas. Segundo Ferreira (2010), a expressividade é fonte de sentidos. Para o autor:

A expressividade é uma conquista e, como recurso argumentativo, funciona duplamente, a serviço do raciocínio: por um lado, prepara o espírito do auditório para que se disponha positivamente a acompanhar a argumentação desenvolvida e procura sensibilizá-lo para a crença ou a atitude que o orador pretende alcançar por meio da argumentação. (FERREIRA, 2010, p. 130).

A crença é a “chave” utilizada para manter a comunhão e alcançar a adesão de consumo da obra. A argumentação sustentada pela oradora é a de que a mulher passou muito tempo sem conhecer o homem, logo, as respostas necessárias para essa conquista estarão no livro. Constata-se a intertextualidade com a composição de partes referentes ao gênero manual de instrução. Essa similaridade transmite “confiança” ao conhecimento compartilhado. A analogia homem-máquina é caracterizada por figuras de comunhão que remetem a experiências em comum entre orador e auditório, enquanto as figuras de escolha aparecem, principalmente, por intermédio da linguagem figurada dos subtítulos.

Durante as análises, percebemos que a oradora tenta persuadir o/a leitor/a ao pleno domínio do homem, ao “ensinar” os artifícios para alcançar a dominação masculina, reduzida, muitas vezes, ao prazer sexual. A partir da análise dos enunciados de alguns capítulos, encontramos um *ethos* feminino baseado em comportamentos cristalizados que despertam o romantismo e a sensualidade. Quando Bourdieu trata da masculinidade, declara:

Se as mulheres se mostram particularmente inclinadas ao amor romântico ou romanesco, é, sem dúvida, por um lado, porque elas têm nele particular interesse: além do fato de prometer liberá-las da dominação masculina, ele lhes oferece, tanto em sua forma mais comum, como o casamento, pelo qual, nas sociedades masculinas, elas circulam em todos os lugares, como em suas formas extraordinárias, uma via, às vezes a única, de ascensão social. (BOURDIEU, 2012, p. 83).

A oradora tenta construir um manual para o empoderamento da mulher na relação afetiva, mas um manual que reforça práticas, comportamentos e sentimentos tradicionais e estereotipados para a mulher e para o homem, deixando marcas enunciativas que impõem à mulher um conjunto de condutas e comportamentos que a conduzirão ao (in)sucesso na “dominação masculina”. Além disso, há ainda a conservação de estereótipos que colocam a mulher em um lugar de dependência, da necessidade de obter sucesso no relacionamento afetivo e, conseqüentemente, a ascensão conjugal.

Por outro lado, a oradora atribui ao *ethos* masculino a tradicional caricatura de sexo frágil, tentando reverter a atribuição histórica concebida ao *ethos* feminino. Para isso, ela busca persuadir seu público leitor desde o sumário, apresentando uma categorização dos “tipos de homens existentes”, “modelos de homens” e “os top dez da espécie”. Cria teses e raciocínios baseados em dados que ora são postos como reais, ora são listados de acordo com a sua criatividade.

O auditório é interpelado pelo *pathos* através da confiança. O uso de analogias e de metáforas permite a ampliação dos significados daquilo que se está querendo dizer e, conseqüentemente, acentua a crença e as atitudes promovidas pela argumentação da oradora. Mediante as seções analisadas, encontramos um auditório bem definido — a argumentação é direcionada às mulheres, supostas leitoras que são construídas discursivamente como dependentes de orientações para o sucesso na vida afetiva.

A analogia do homem com uma máquina, bem como do livro ao manual de instrução, faz com que a publicidade alcance um maior número de adeptos a essa categoria de livros e, conseqüentemente, constrói-se a identidade de leitores com um perfil consumista, pois veem a necessidade de moldar uma identidade afetiva com base nos ensinamentos vendidos. Além disso, nesta obra, o discurso de autoajuda formula um modelo de leitor que, a partir dos *ethé* feminino e masculino apresentados, corrobora na formação do *ethos* das leitoras — ou do auditório e *pathos* imaginado — como sendo o de mulheres sem instruções e posicionamentos nos relacionamentos afetivos, carentes, dependentes, com relacionamentos passados complicados ou de pouco “sucesso”.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante a amplitude dos estudos retóricos e discursivos e suas contribuições no processo de compreensão da tríade *ethos*, *pathos* e *logos*, no presente artigo conseguimos apreender algumas imagens discursivas, de homens e mulheres, moldadas pelo discurso de uma obra pertencente ao campo da literatura de autoajuda. Obtivemos a apreensão de um *ethos* feminino submisso à dominação masculina, carente e desinformado sobre o sucesso na vida amorosa. Encontramos ainda um *ethos* masculino objetificado, insensível e submisso aos caprichos sexuais das mulheres.

Nos enunciados analisados, reforça-se a construção social dos relacionamentos entre homens e mulheres a partir de um modelo cristalizado, no qual se busca constantemente a desconstrução da dominação masculina. Identificamos um pseudo feminismo e um pseudo empoderamento, na medida em que a felicidade feminina continua dependente de um relacionamento amoroso, do casamento, da figura masculina como objeto de desejo e ascensão social.

Por intermédio do arcabouço teórico, tivemos como detectar uma argumentação que, além de envolver aspectos que remetem à indústria cultural, também potencializa as (in)diferenças nos relacionamentos amorosos heterossexuais, deixando, inclusive, espaços vazios para que o leitor possa complementar a interpretação da obra através dos papéis sociais atribuídos às mulheres nos relacionamentos. Essa demarcação aparece de forma bastante acentuada quando atentamos para a analogia do homem-máquina.

Ressaltamos que as figuras de argumentação e retórica desempenharam um papel muito importante na compreensão do jogo de identidades entre homens e mulheres no discurso da autoajuda. Através deste trabalho, identificamos também as interdiscursividades da autoajuda na construção dos *ethé* feminino e masculino. As marcas da multimodalidade, como as metáforas multimodais, por sua vez, mobilizam sentimentos e emoções que tentam influenciar as ações dos leitores.

Embora a argumentação no livro de autoajuda *Homens: o manual de instruções* (2013) busque desconstruir a dominação masculina, concluímos que ao mesmo tempo o homem ainda aparece como peça central no jogo da conquista. Enquanto isso, as supostas leitoras são construídas como usuárias/consumidoras que veem no manual de instrução a solução para a “operacionalização do homem”.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In _____. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2016. p. 119–144.

ARISTÓTELES. (384-322 a.C.). *Retórica*. Trad. Edson Bini. São Paulo: EDIPRO, 2011.

BARTHES, Roland. A Retórica Antiga. In COHEN, Jean et al. *Pesquisas de Retórica*. Trad. Leda Pinto Mafra Iruzun. Petrópolis: Vozes, 1975, p. 147–221.

BORDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Trad. Maria Helena Kühner. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

COSTA, Ricardo da. A retórica na Antiguidade e na Idade Média. *Trans/Form/Ação: Revista de Filosofia*, v. 42, n. SPE, p. 353–390, 2019.

FERREIRA, Luiz A. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo, Contexto, 2010.

GONÇALVES, Paulo Roberto. “Multimodal metaphors and practical argumentation: discussing rhetorical effects and modes of articulation between modalities/Metáforas multimodais e argumentação prática: discutindo efeitos retóricos e modos de articulação entre modalidades”. *Revista de Estudos da Linguagem*, v. 28, nº 2, p. 801–844, 2020.

JÚNIOR, Manoel Alexandre. Introdução. In ARISTÓTELES. *Retórica*. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. 2ª ed. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005. p. 15–40.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11–29.

_____. *Cenas da Enunciação*. Trad. Sírio Possenti, Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2006.

MARIANO, Marcia Regina Curado Pereira. Um olhar semiótico sobre as figuras de comunhão: o intertexto como um mecanismo narrativo. *Estudos Linguísticos* (São Paulo. 1978), v. 40, nº 3, p. 1434–1447, 2011.

_____. *As figuras de argumentação como estratégias discursivas*. Um estudo de avaliações no ensino superior. 231f. Tese (Doutorado em Letras) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

MOSCA, Lineide do Lago Salvador. (org.). Velhas e Novas Retóricas: convergências e desdobramentos. In _____. *Retóricas de ontem e de hoje*. 2ª ed. São Paulo: Humanitas, 2001. p. 17–54.

PENZIM, Adriana Maria Brandão. A leitura capturada: reflexões sobre literatura de autoajuda e governamentalidade. *Mnemosine*, v. 12, nº 1, p. 03–29, 2016.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *O Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2005[1958].

PERELMAN, Chaïm. *O império retórico*. Trad. Fernando Trindade e Rui Alexandre Grácio. Porto: Edições ASA, 1993.

PONTE, Cláudia. *Homens: o manual de instruções*. Trad. Mayara Fortin e Renato D'Almeida. São Paulo: Universo dos Livros, 2013.

RÜDIGER, Francisco. *Literatura de auto-ajuda e individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea*. 2ª ed. Porto Alegre: Gattopardo, 2010.

SANTAELLA, Lucia. *O que é semiótica*. São Paulo: Pioneiro Thomson Learning, 2005. E-book. Disponível em: https://issuu.com/semioticas/docs/santaella_lucia_-_semi_tica_aplica. Acesso em: 16 fev. 2022.

SCHWARTZ, Mariana Lemos; BURLA, Gustavo. Análise semiótica das capas dos livros da série inheritance cycle. *CES Revista*, v. 30, nº 1, p. 194–213, 2016.

SODRÉ, Muniz. *Best-Seller: a literatura de mercado*. Rio de Janeiro: Ática, 1988.

Recebido em: 04/03/2022

Aceito em: 26/09/2022