



Autoria e estilo na crônica “A Bela e o Feio” de Gabito Nunes¹

Érika de MORAES²
Mariane Ribeiro DANTAS³
Faac – Unesp

RESUMO

Este trabalho visa analisar as marcas discursivas presentes em uma das crônicas de Gabito Nunes, autor que se consagrou a partir da Internet, a fim de compreender o que torna singular o estilo de escrita deste autor, a ponto de ter lhe trazido grande prestígio no meio virtual. Dessa forma, com base no suporte teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, refletimos sobre as noções de autoria e estilo, especialmente a partir dos conceitos desenvolvidos por Maingueneau.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso; Gabito Nunes; autoria; estilo; crônica.

Introdução

A cada dia que passa, novos escritores surgem e tentam ganhar o seu espaço. A facilidade que existe hoje para se publicar um livro e conquistar os leitores é imensa. O aumento no número de editoras e até mesmo a possibilidade de publicar um livro independente fazem com que, cada vez mais, novos nomes apareçam nas capas dos livros. Porém, essa facilidade de publicação não é garantia de que o autor obterá reconhecimento por sua obra. A proposta deste trabalho é entender em que medida a articulação de certos elementos linguísticos-discursivos contribui para que um escritor tenha reconhecimento e se destaque nos meios literários tradicionais.

Para compreender melhor o universo dos novos escritores, optamos por trabalhar com as crônicas escritas por Gabito Nunes. Trata-se de um escritor gaúcho que já possuiu diversos blogs e ficou conhecido pela novela virtual *Juliete Nunca Mais*. Seus textos virtuais já geraram quatro livros. Ser um autor virtual que já publicou livros foi de grande importância na escolha do *corpus* de estudo, já que isso mostra que o autor, além de conseguir destaque nos meios virtuais, também alcançou a esfera da literatura tradicional. Neste trabalho, no qual nos concentraremos em uma de suas crônicas, buscamos analisar qual o diferencial desse

¹ Artigo apresentado na X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã realizada na Faac, Unesp, Bauru, em abril de 2015.

² Doutora em Linguística e Docente vinculada ao Departamento de Ciências Humanas da Faac, Unesp.

³ Graduanda do Curso de Jornalismo da Faac, Unesp.



autor em relação a outros, podendo, assim, relacionar essas características a hipóteses a respeito das razões que o levaram ao reconhecimento por parte do público.

A pesquisa tem como respaldo teórico-metodológico a Análise do Discurso de linha francesa (AD), que considera não apenas o *corpus* em si para fazer a análise, mas também o período histórico social em que tais textos tenham sido produzidos e os mecanismos de que dispunha o enunciador, ou seja, suas condições de produção. Essa teoria problematiza a questão da autoria, já que, desde o seu surgimento nos anos 1960, considera que o discurso é resultado de um confronto entre ideologia, língua e inconsciente, ou seja, não se resume à subjetividade de um autor.

A compreensão da autoria, portanto, não está apenas relacionada ao enredo que foi contado pelo autor, mas também às condições de produção e aos recursos estilísticos que o autor aperfeiçoa ao longo das suas experiências.

É importante entender como as condições de produção da Internet facilitam e, ao mesmo tempo, dificultam a criação de estilos próprios, uma vez que se trata de um meio no qual publicar algo aparentemente muito simples, assim como também é simples alterar conteúdos que haviam sido postados anteriormente. Outro impasse é a quantidade de escritos existentes no mundo virtual, o que pode tornar difícil para um autor a possibilidade de destacar-se entre os demais. Tais fatores são relevantes para compreender a autoria nos textos de Gabito Nunes de acordo com as dimensões de autor propostas por Maingueneau (2010, p. 30).

Outro aspecto que levamos em conta é que, para a AD, *a forma* como algo é dito é tão importante quanto *o que* foi dito, já é essa articulação (*como* e *o quê*) a responsável pela caracterização de um certo *ethos* sobre o enunciador, o que acarretará, em última instância, uma *imagem de autor*. Dessa maneira, o estudo do estilo de Gabito Nunes, com base no uso que ele faz da linguagem, permite uma melhor compreensão da sua escrita e, conseqüentemente, possibilita entender o que o tornou um autor tão conhecido.

O estilo será aqui entendido como “um modo de organizar uma sequência (...), tendo como fundamental a relação entre essa organização e determinado efeito de sentido” (POSSENTI, 2010, p. 93). Possenti explica que, embora a Análise do Discurso tenha rompido com uma noção psicologizante de “sujeito”, não significa que o sujeito-autor-escritor não possa se diferenciar por meio do trabalho que faz com a linguagem e o discurso. Conforme Maingueneau (2000), o modo de dizer é tão importante quanto o que se diz, daí a importância de considerar o *ethos* da escrita, tendo em vista que a eficácia do *ethos* “decorre do fato de



que envolve de alguma forma a enunciação, sem ser explicitado no enunciado” (MAINGUENEAU, 2005, p. 70). Por meio das marcas linguístico-discursivas, que incluem desde o conteúdo até os modos de expressão, é possível esmiuçar o ethos da escrita, especialmente a partir de sua cenografia, que é dada e construída pelo discurso, uma vez que “o discurso implica um enunciador, um co-enunciador, um lugar e um momento da enunciação que valida a própria instância que permite sua existência” (MAINGUENEAU, 2006, p. 47).

Ethos e Cenografia

O estudo de ethos proposto por Maingueneau procura entender a adesão de sujeitos a um certo discurso. Em seus estudos, o autor propôs a análise do ethos em enunciados diversos; são exemplos os discursos políticos, textos publicitários e literários. É esse último tipo que mais interessa a nosso trabalho.

Maingueneau propõe um estudo do ethos que não se relaciona apenas com o discurso oral, mas também com o escrito, afirmando que “qualquer discurso escrito, mesmo que a negue, tem uma vocalidade específica, que permite relacioná-lo com uma fonte enunciativa” (2005, p. 72). Maingueneau também discorre a respeito de um “tom” enunciativo presente em artigos, livros etc.

O ethos se aplica à Análise do Discurso no que se a refere à instância subjetiva que se manifesta por meio do discurso, já que contempla essa instância no discurso não apenas como um código, mas também como “voz” e “corpo enunciante”. Dessa forma, é possível dizer que o ethos está diretamente ligado à enunciação e que ele pode ser interpretado como tal sem ser explicitado no enunciado.

A determinação da vocalidade sugere uma determinação de um corpo enunciativo, isto é, a definição do ethos cria uma personalidade corpórea, correlata de uma personalidade discursiva, para o enunciador, dando a ele características físicas e psicológicas que se definem a partir do discurso e se validam por meio dele. Assim, “as ‘ideias’ suscitam a adesão por meio de uma *maneira de dizer* que é também uma *maneira de ser*” (MAINGUENEAU, 2008, p. 29).

Como o ethos está ligado ao ato de enunciação, não podemos ignorar que o público também constrói representações desse ethos, dessa forma, cada pessoa cria interpretações próprias do discurso. É preciso, então, estabelecer que existe o ethos discursivo e o ethos pré-



discursivo, sendo o primeiro aquele que advém do próprio discurso, resultado que o discurso produz em um determinado público; enquanto o segundo é o ethos que previamente esperado pelo público. O discurso “é enunciação voltada para um co-enunciador que é necessário mobilizar para fazê-lo aderir fisicamente a um certo universo de sentido” (MAINGUENEAU, 2005, p.73). Esse poder de persuasão que um texto pode ter vem da sua capacidade de levar o leitor a identificar-se com um enunciador investido de valores historicamente especificados através dos enunciados.

Os discursos também são dependentes da sua cena de enunciação. Isso quer dizer que o ethos só pode ser analisado se levarmos em conta as condições de enunciação, considerando procedimentos de criação e o contexto histórico-social em que o discurso está inserido. Essas condições são essenciais para o entendimento do tom de determinado texto literário, como é o caso dos textos analisados; é preciso entender a situação de produção e o contexto histórico no qual ele está inserido. Da mesma maneira, o ethos está diretamente ligado à cena de enunciação, sendo essa essencial para a produção do discurso e esse, por sua vez, deve validar a cena através da sua própria enunciação.

A cena de enunciação é composta por três dimensões, sendo elas a cena englobante, que corresponde ao tipo de discurso; a cena genérica, que é associada a um gênero; e, por fim, a cenografia, que é construída através do próprio texto. No presente trabalho, a cena englobante corresponde ao literário, a cena genérica ao gênero de crônicas, mais especificamente crônicas publicadas na Internet e, por sua vez, a cena cenográfica (ou cenografia) requer um estudo de caso a caso, cada uma das crônicas apresenta sua própria cenografia que muda de acordo com a história contada.

Maingueneau não usa o termo “cenografia” com a mesma conotação do seu uso teatral, mas lhe dá um novo valor: a cenografia deve considerar o desenvolvimento da enunciação como a inscrição progressiva de sua ‘incorporação’. A cenografia é responsável por um certo controle do discurso por parte do enunciador, deixando ao co-enunciador as pistas para a adesão a esse discurso. É marcadamente o caso dos discursos escritos, em que autor e leitor só estabelecem relações através do próprio texto, ainda que o segundo possa imaginar o ethos construído pelo primeiro a partir de suas próprias experiências e conhecimentos.

O leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc., ou mesmo em conteúdos explícitos. Em uma cenografia, como em qualquer situação de comunicação, a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do co-enunciador são associadas a uma



cronologia (momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge. (MAINGUENEAU, 2005, p. 77).

Com isso, vê-se que o leitor também é uma peça importante na construção do ethos, já que vem dele a interpretação do texto a partir dos indícios deixados pelo autor, e também na definição do momento e do lugar do texto, pois são características que podem variar de leitor para leitor.

Autoria

Quando falamos em estudar a autoria de um discurso, precisamos considerar que esse conceito é afetado não apenas por quem produziu o discurso, mas também pelo contexto histórico-social em que o discurso foi produzido. Para a AD, além de ser preciso opor texto e contexto, é necessário pensar também na incorporação recíproca entre textos e lugares sociais. Nesse ponto, a noção de autoria se torna central, já que:

implica ao mesmo tempo o texto e o mundo do qual esse texto participa, o autor é uma instância que enuncia (atribui-se-lhe um ethos e a responsabilidade de alguns gêneros de textos, em particular os prefácios), mas também certo estatuto social, historicamente variável. (MAINGUENEAU, 2010, p. 27).

O conceito de autor é comumente empregado nos estudos de textos no que se refere a quem tem relação com a produção verbal. Para essa concepção, não são consideradas outras formas do uso da autoria, como a de delegar a alguém a culpa por alguma coisa, como ocorre na esfera jurídica e tem sobretudo o objetivo de imputar a responsabilidade penal (por exemplo, o autor de um crime: “o autor do acidente”).

Neste trabalho, a noção de autor que será relevante para nós é a que se refere ao enunciado. O primeiro aspecto a se considerar é em quais são as condições necessárias para que um enunciado tenha um “autor”.

De acordo com essa concepção, não falamos em autor quando estamos nos referindo a enunciados orais, por exemplo; em uma conversa, dizemos que existem interlocutores e não autores propriamente ditos. O termo “autor” só poderia ser empregado a um discurso oral se fosse possível isolar o que foi dito do restante da conversação e o seu autor original pudesse ser definido. O termo autor é aqui empregado no que diz respeito a textos escritos, nos quais há registros que permitem identificar tanto o enunciador quanto o enunciado.

Porém, mesmo no que se refere ao termo “autor” relacionado ao escrito, existem textos em que não é possível definir um autor propriamente dito. Um exemplo são os textos



publicitários: é possível dizer qual foi a empresa responsável pela ideia publicitária, mas se trata de apenas uma marca comercial que se responsabiliza por suas propagandas, através das quais expõe sua personalidade através de um ethos. Por ser difícil a dissociação dos seus membros para dar a cada um o devido crédito como autor, é muito problemático dar a uma marca o status de “autor”. Essa dispersão é importante para que a empresa ou a marca seja compreendida como fiadora do discurso.

Os produtores de literatura são os que mais frequentemente são considerados autores, pois o termo autor é comumente associado a pessoas cuja profissão seja escrever romances, peças de teatro, poesias etc. O termo também é muito usado para se referir a produtores estéticos em geral; entram nessa esfera os fotógrafos, pintores e cineastas.

Conforme explica Maingueneau, foram feitas várias tentativas para definir o que tornaria um “autor de X” em um “autor” reconhecido por sua obra. Uma delas foi do sociólogo G. Leclerc, que tentou fazer essa diferenciação usando o critério da qualidade do escrito. Na concepção de Leclerc, alguém só alcançaria o status de autor quando conseguisse produzir uma “ideia” totalmente original. Porém a AD não leva em consideração apenas a “ideia” quando analisa um discurso; para a AD a forma discursiva também é importante e está intrinsecamente vinculada ao conteúdo. No quesito originalidade, talvez uma forma diferente seja mais eficaz do que uma “ideia” nova. Isso porque o aparecimento de um conteúdo novo é bem mais raro do que um discurso com um tema já conhecido, apresentado de uma forma inovadora.

Não é difícil identificar por que um produtor de textos literários pode facilmente alcançar o estatuto social de autor, já que toda sua atividade deriva da produção de textos.

Para elucidar a questão da autoria, Maingueneau propõe que pensemos a noção de autor em três dimensões: a primeira é a de autor-responsável, que é o indivíduo que escreve determinado texto e tem responsabilidade sobre ele, mas não se trata de um escritor frequente e se encaixa em qualquer gênero discursivo; a segunda dimensão proposta é a de autor-ator, que é aquele que vive da sua escrita, mas não necessariamente faz dela sua profissão. Segundo Maingueneau, esse estatuto pode variar de acordo com a época, o lugar e o posicionamento dos interessados, oscilando de autor para “escritor”, “intelectual”, “artista”, etc. (2010, p.30); a terceira dimensão é a do autor correlato a uma obra. Para evitar conflito com o termo autor, Maingueneau propõe que essa terceira dimensão seja chamada de “auctor”. Esse estatuto é dado ao indivíduo que pode ser reconhecido por sua obra, sendo que essa obra pode ser



composta por vários textos que consigam expressar a personalidade do seu escritor ou, eventualmente, apenas um texto que tenha se destacado por sua originalidade.

O conceito de obra pode ser entendido como um conjunto de enunciados que seriam a representação dos ‘pensamentos’ e das experiências do seu autor, a partir de uma certa unidade discursiva. Dessa forma, é possível compreender que a obra é entendida como a representação da ‘personalidade’ de quem a escreveu, mas não somente em um sentido psicológico, mas, sobretudo, na condição de uma incorporação discursiva e, por isso, a associação de um autor com sua obra é determinante para a definição de um “auctor”.

A atividade literária facilita o alcance do estatuto de “auctor” em razão da própria definição de obra, pois, no texto literário, o autor tem mais liberdade para expressar um estilo do que em textos políticos ou jornalísticos, por exemplo. Assim, quem publica textos literários, por definição, tem um grande potencial de alcançar o estatuto de “auctor”.

Nesse ponto, Maingueneau sugere uma série de etapas que caracterizam o aparecimento de um auctor: no primeiro momento, temos o autor enquanto responsável por aquilo que escreve em atividades rotineiras, como um jornalista que assina diversas notícias de variedades ou o padre que, em toda celebração, prepara um sermão diferente; em um segundo momento, o próprio produtor pode publicar alguns de seus textos na forma de um romance ou um ensaio, ou até mesmo reunir textos dispersos em uma coletânea, como o jornalista e suas matérias e o padre e seus sermões; na última etapa, Maingueneau diz que “para ser plenamente auctor, é preciso ser reconhecido, ter uma “imagem de autor” (2010, p. 32), ou seja, para alcançar esse título, não basta apenas que a obra seja a expressão da ‘personalidade’ ou estilo do escritor, é preciso, além disso, que essa obra seja comentada por terceiros, ou seja, que a obra também ganhe destaque no meio discursivo em que ela está inserida, o que não depende exclusivamente do ‘controle’ de um autor.

Corpus de trabalho e análise

Neste trabalho, a título de exemplificação do estilo do autor em questão, analisamos, especificamente, a crônica “A Bela e o Feio”, publicada no livro “Não sou mulher de rosas”, de Gabito Nunes, uma coletânea de crônicas publicadas em um de seus blogs, todas relacionadas à vida amorosa de um casal, o que já constitui uma unidade temática. O livro foi dividido em nove partes, cada uma delas transmite uma sensação ou sentimento presente em um relacionamento.



Antes da publicação dos livros, Gabito Nunes já era um autor conhecido nos meios virtuais em virtude do sucesso que seu blog fazia. Com base nessas condições de produção, podemos analisar como os critérios de autoria se fazem presentes nos textos, pois se trata de um autor virtual que conseguiu alcançar a esfera literária tradicional, o que, em certa medida, faz dele um auctor em potencial, já que há também terceiros que fazem referência a ele, o que contribui ainda mais para criar a imagem de auctor (MAINGUENEAU, 2010, p. 31).

Uma das hipóteses para o sucesso das crônicas de Gabito é a empatia que estas conseguem provocar no público, que se reconhece nos sentimentos expressos nessas crônicas. Os escritos dele estão permeados por outros discursos, conforme se apreende em uma visão interdiscursiva de linguagem, ao mesmo tempo em que o modo como ele articula esses discursos fazem dele ‘único’. Segundo Maingueneau, um discurso necessariamente está embrenhado de outros discursos e são esses outros que dão valor e sentido para esse primeiro, “a unidade de análise pertinente não é o discurso em si, mas o sistema de relação com os outros discursos por meio do qual ele se constitui e se mantém” (2010, p. 50).

Outra característica bem marcante das crônicas de Gabito é o uso constante de metáforas e outras figuras de linguagem, que são usadas também para evocar um referencial no imaginário do leitor. Essa característica dá aos textos dele uma personalidade única, pois “o autor (...) deve ter dado (...) a seu texto, uma marca própria que os distingue dos enunciados correntes, das afirmativas da vida cotidiana” (LECLERC apud MAINGUENEAU, 2010, p. 29).

Escolhemos uma crônica do primeiro capítulo do livro, que apresenta histórias leves, todas têm em comum o fato de abordarem diferentes momentos de um relacionamento, sempre com sutileza. As crônicas, além de apresentarem essa leveza, também têm um tom que remete ao leitor uma sensação de proximidade e reconhecimento de si mesmo no que está sendo retratado. É possível se enxergar em quase todas as situações, o que gera empatia por parte do público e, conseqüentemente, mais visibilidade ao autor.

Para exemplificar esse capítulo, escolhemos a crônica “A bela e o feio”, na qual é retratada uma relação heterossexual em pleno auge do amor e da admiração. O enredo consiste no narrador-personagem contando sobre como a beleza da sua namorada é estonteante e como, perto dela, ele é só mais um homem feio.

É possível relacionar o título da crônica com o conto infantil “A bela e a fera”, que também aborda o relacionamento entre uma moça muito bonita com uma criatura feia, descrita na fábula como um monstro coberto de pelos e garras. Na crônica, não há referência



direta ao conto, mas podemos fazer essa alusão, com base em nosso repertório cultural e por meio de indícios do próprio texto, como, por exemplo, o trecho em que o autor descreve o narrador “com o nariz batatado, as sobrancelhas feito duas taturanas e o cabelo erroneamente esculpido a la Morrisey” (NUNES, 2011, p. 23).

O texto todo é pautado pelo humor e pelo uso de metáforas, usadas com frequência, que dão ao texto movimento e originalidade. É possível também encontrar as marcas discursivas existentes e que deixam claras as ideologias e/ou outros discursos que dialogam com o texto de Gabito, pois, segundo a AD, nenhum discurso tem origem nele mesmo, sendo resultado de ideologias e discursos com os quais o autor se identifica.

Na crônica “A bela e o feio”, temos várias evidências desses ‘outros’ discursos que dialogam com o texto de Gabito. Um bom exemplo é quando, no parágrafo final, há a seguinte frase: “Quando eu me visto de você, posso ser quem eu quiser, você do meu lado chega. Eu nasci feio de propósito, só para perder menos tempo encarando a mim mesmo no espelho e me pôr sempre a te admirar” (NUNES, 2011, p.24). Nesse trecho, é possível fazer referência a um verso de Willian Shakespeare que diz “pois toda essa beleza que te veste vem do meu coração que é o teu espelho”. Nesse poema, Shakespeare fala sobre como a beleza que enxergamos no ser amado como um reflexo de nós mesmos e também demonstra como a existência desse amor é que nos dá vida e significação. É a situação encontrada na crônica, a forma como o narrador descreve a beleza da mulher amada é tão enfática que a impressão causada no leitor é de um amor avassalador, que não consegue ver outra coisa no ser amado além da beleza.

Na crônica, existem várias referências usadas pelo narrador para exemplificar o que seria um homem considerado bonito e como ele não é parecido com esse ideal de homem bonito. É o caso do primeiro parágrafo, em que o enunciador faz menção a um episódio em que estava no metrô e uma senhora o comparou ao ator Rodrigo Hilbert e, mais adiante, no mesmo parágrafo, ele nega essa colocação da senhorinha, dizendo que do Rodrigo Hilbert só parece “o primo retardado” (NUNES, 2011, p. 23). Nesse trecho, Gabito utiliza de uma figura conhecida pelo público, um ator contemporâneo, para criar certa empatia e uma personificação do enunciador. Utilizando a figura do ator, o autor dá uma definição da beleza, ou da falta dela ao personagem, e quando diz que ele “parece o primo retardado, se tanto”, há um discurso que o autor deixa de usar, mas que fica intrínseco ao entendimento do leitor: segundo o enunciador, o ator Rodrigo Hilbert é, portanto, representante de um ideal de beleza masculina. Mas não é só a contraposição ao ator que tal enunciador utiliza para intensificar a



falta de beleza do narrador-personagem, ele também faz referência ao músico Bom Jovi, também considerado um ícone de beleza, para validar o quanto o personagem não é um homem bonito.

Por outro lado, Gabito, por meio de seu enunciator-narrador, também usa diversas referências para validar a beleza da personagem feminina da crônica. Em um trecho, quando o narrador vai falar sobre como a namorada é bonita, ele ressalta que a beleza dela não é “enlatada, retocada, adequada” (NUNES, 2011, p.23), é uma forma de legitimar um discurso recorrente na sociedade atual sobre a beleza da mulher, segundo a qual esta não deve ser estática e também não ser resultado de uma série de produtos cosméticos e maquiagens; essa fala do narrador evidencia essa questão, a mulher idealizada na crônica é linda porque não é padronizada, trata-se de uma beleza única.

Além dessa caracterização da beleza, há também outras evidências, principalmente quando o narrador diz que “não há mais canção no mundo. Todas se juntaram e fizeram você” (NUNES, 2011, p.23). A música é associada à beleza feminina desde a Idade Média com os trovadores que escreviam suas canções de amor exultando uma mulher. Hoje em dia, é possível encontrar várias músicas que falam da beleza feminina. Poderíamos citar várias, entre as quais uma bem conhecida é “Just the way you are” do estadunidense Bruno Mars, na qual, além de ressaltar a beleza da mulher retratada na música, ainda reforça a ideia de beleza pura, sem artifícios impostos pela sociedade. Além disso, a música fala sobre como pequenas características singulares da mulher fazem dela linda, sobre essa relação entre beleza e características peculiares é possível encontrar exemplos na crônica, como no trecho: “É o olhar tímido e periférico. (...) São as mãos pequenas e sempre fora do lugar. É o cabelo te camuflando do vento solar” (NUNES, 2011, p.24).

Na crônica, é possível perceber como o estilo de Gabito está bem definido. Ele utiliza de discursos presentes na sociedade contemporânea para criar seu próprio estilo. Segundo Maingueneau, “não há atividade criadora senão quando mergulhada numa memória, que, por sua vez, é ela mesma assumida nos conflitos do campo, que não cessam de reformulá-la” (MAINGUENEAU, 2010, p.51).

Considerações finais

Por fim, cabe ressaltar que as condições de produção em torno do trabalho de Gabito Nunes têm aspectos bastante peculiares. O autor se consagrou na Internet, porém, atualmente, distanciou-se da rede virtual, por razões que desconhecemos e fogem dos limites deste



trabalho. Antes, no entanto, do apagamento de seus blogs do espaço virtual, diversos usuários da web tiveram a oportunidade de citá-lo, ‘twitá-lo’, ‘curti-lo’ através das mídias sociais. Houve, ainda, o registro de seu trabalho por meio do livro tradicional, o que leva a dimensionar o quanto a publicação impressa ainda tem relevância para o estabelecimento da “auctoralidade”, ou seja, da associação de um autor a uma concepção mais plena de autoria, mesmo que estejamos, hoje, em uma era conhecida como digital.

Simultaneamente, as características dessa sociedade digital trazem novas perspectivas ao estabelecimento da “auctoralidade”. Ser referenciado por um terceiro, atualmente, é também marcar presença nas diversas mídias digitais, o que pode ser mensurado pelo número de comentários, citações, ‘curtidas’ no Facebook etc. Assim, as características da sociedade digital implicam novos aspectos para a compreensão das dimensões de autoria, ao mesmo tempo em que o livro tradicional ainda ocupa um espaço privilegiado nesse estabelecimento. Deveríamos dizer que se trata de uma “nova concepção de autoria” por interferência do meio digital? Ou que a importância do livro impresso seria uma prova de que este ainda ocupa ‘o’ papel primordial? Assim como compreendemos que as características da linguagem digital se configurem no equilíbrio entre o dado e o novo (cf. MORAES, 2014), preferimos dizer que esse equilíbrio está presente na determinação de uma concepção de autoria para a atualidade. Em outras palavras, a noção de autoria é afetada pelas características da sociedade digital, ao mesmo tempo, é efeito de uma discursividade que independe do *medium*.

A obra de Gabito Nunes é bastante reveladora do que é crucial para o estabelecimento de um estilo, conseqüentemente, da autoria: muito mais do que a originalidade de um tema (ora, pode-se dizer que amor, relacionamento, idealização da beleza são temas bastante ‘batidos’ na literatura), é muito mais a forma como esse tema é tratado que caracteriza o estilo e a auctoralidade, ou seja, o trabalho estilístico de caracterização de um ethos, um tom que é a marca do discurso.

Referências bibliográficas:

MAINGUENEAU, Dominique. **Doze conceitos em análise do discurso**. Organização de Sírio Possenti, Maria Cecília Perez de Souza e Silva; tradução Adail Sobral... [et al.]. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.



MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel e SALGADO, Luciana. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da Enunciação**. Trad. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. Curitiba (PR): Criar Edições, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, Cenografia, Incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.) **Imagens de si no discurso**, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo (SP): Cortez, 2000.

MORAES, Érika de. O jornalismo on-line sob o viés discursivo - o novo e o já dado In: SIMIS, A. et al. (org.) **Comunicação, Cultura e Linguagem**. 1 ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014, p. 41-58.

NUNES. Gabito. **Não sou mulher de rosas**. Belo Horizonte : Editora Leitura, 2011.

POSSENTI, Sírio. **Questões para analistas do Discurso**. São Paulo: Parábola, 2010.