UFRJ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM LETRAS VERNACULAS

DIADORIM

Revista Diadorim
e-ISSN: 2675-1216
v.27, n.1, e67560, 2025
DOI: 10.35520/diadorim.2025.v27n1a67560

Dossiê

UM LOCUTOR E VÁRIAS VOZES: UMA ANÁLISE DOS *ETHÉ* EM PEDIDOS DE DESCULPAS

AN ANNOUNCER AND SEVERAL VOICES: AN ANALYSIS OF ETHÉ IN APOLOGY

Shélida da Silva dos Santos[1]

Lúcia Helena Martins Gouvêa[1]

[1]Universidade Federal do Rio de Janeiro
Email: sshelisantos@gmail.com; lucia.helena@letras.ufrj.br

RESUMO:

A construção do *ethos,* conceito discutido desde a Grécia Antiga e frequentemente estudado por analistas do discurso a partir do século passado, desempenha um papel fundamental no exercício da influência dos sujeitos na sociedade. Nesse contexto, esta pesquisa qualitativa tem como objetivo analisar os *ethé* presentes em textos do gênero *pedido de desculpas* postados nas redes sociais. Para isso, foram considerados dois pedidos elaborados pelo jornalista brasileiro Evaristo Costa, no ano de 2023, postados em sua conta do Instagram. Como aporte teórico discursivo-argumentativo, adotamos a Teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau (1983, 2019, 2022). Além disso, com o propósito de aprofundar as abordagens sobre o *ethos*, recorremos aos estudos de Dominique Maingueneau (2008, 2019, 2020). Os resultados apontam para a presença dos *ethé* de preservação, de respeito, de responsabilidade e de racionalidade.

PALAVRAS-CHAVE:

ethé, pedido de desculpas, argumentação, redes sociais, discurso.

Editora-chefe
Marcia dos Santos Machado Vieira

Editores convidados
Leonor Werneck dos Santos
Dennis Castanheira
Amanda Heiderich Marchon

Recebido: 14/03/2025
Aceito: 19/05/2025

Como citar:
SANTOS, Shélida da Silva dos; GOUVÊA, Lúcia Helena Martins. Título do artigo. *Revista Diadorim,* v.27, n.1, e67560, 2025. doi: https://doi.org/10.35520/diadorim.2025.v27n1a67560

This content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ABSTRACT:

The construction of *ethos*, a concept discussed since Ancient Greece and frequently studied by discourse analysts since the last century, plays a fundamental role in the exercise of the influence of subjects in society. In this context, this qualitative research aims to analyze the *ethos* present in apology texts posted on social media. To this end, two apologies issued by Brazilian journalist Evaristo Costa in 2023 and posted on his Instagram account were considered. As a discursive-argumentative theoretical framework, we adopted the Semiolinguistic Theory of Discourse of Patrick Charaudeau (1983, 2019, 2022). Furthermore, to deepen the approach to *ethos*, we drew on the studies of |Dominique Maingueneau (2008, 2019, 2020). The results indicate the presence of *ethé* of preservation, respect, responsibility, and rationality.

KEYWORDS:

ethé, apologize, argumentation, social media, discourse.

Introdução

O presente artigo tem como objetivo analisar dois pedidos de desculpas elaborados por um único locutor, ou sujeito comunicante, o jornalista Evaristo Costa, focalizando os *ethé* impressos na materialidade do texto.

Com esse propósito, averiguaremos, em uma análise macrotextual, a distinção entre as vocalidades expressas pelos fiadores[1] dos dois pedidos, além de mapear as estratégias discursivas que moldam a preservação da imagem positiva do enunciador. A partir disso, diferenciaremos também o *pedido de desculpas* direto do *pedido de desculpas* indireto. Os dois pedidos de desculpas, postados nas redes sociais do jornalista, foram retirados, para esta pesquisa, de páginas virtuais informativas.

Partindo da visão grega sobre *ethos* (Aristóteles, 2019), entendemos que o pronunciamento de qualquer enunciado requer uma preocupação com a exposição da imagem do sujeito enunciador, isto é, há uma projeção do *ethos*. No passado, este conceito era compreendido como uma ação que dependia apenas do locutor, o que significa que este era o único responsável pela construção de sua imagem, moldada no momento da enunciação, e o auditório, segundo essa perspectiva, era passivo, capaz, somente, de captar o que o enunciador propusesse.

[1] O conceito de "fiador" foi apresentado por Maingueneau no livro *Discurso Literário* (2018), significando uma instância subjetiva encarnada que possui vocalidade e uma corporalidade atribuídas pelo enunciador no espaço da enunciação. O fiador, então, apresenta ao destinatário, a partir de pistas linguísticas e extralinguísticas, o *ethos* proposto.

No século XX, entretanto, essa visão foi ampliada no âmbito dos estudos discursivos (Amossy, 2016; Charaudeau, 2018; Maingueneau, 2008, 2019). O conceito de *ethos* passou a abranger o interlocutor como um ser também ativo na construção da imagem do enunciador, pois suas crenças socialmente partilhadas tornam-se indispensáveis para a interpretação do que é dito. De acordo com Charaudeau (2018, p. 118), "O *ethos* é bem o resultado de uma encenação sociolinguageira que depende dos julgamentos cruzados que os indivíduos de um grupo social fazem uns dos outros ao agirem e falarem".

Para investigar as estratégias de projeção dos *ethé* e identificar os implícitos que formam os textos, foram utilizadas, como fundamentação, a teoria Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau (2019, 2022), e abordagens de Maingueneau sobre o assunto (2008, 2019, 2020). Os resultados apontam para a variação das projeções da imagem do sujeito, influenciadas pela pressão existente do meio virtual.

Antes, porém, de analisarmos o *corpus*, abordaremos os fundamentos da Análise Semiolinguística do Discurso e apresentaremos alguns estudos sobre *Ethos*, que apoiarão a nossa análise. Adiante, trataremos do gênero *pedido de desculpas* para, então, realizarmos a análise propriamente dita. Ao final, estarão as últimas considerações e as referências do trabalho.

Semiolinguística: comunicação, sentido e influência

A Semiolinguística do Discurso (Charaudeau, 1983) propõe uma visão analítica do texto, levando em conta o discurso como resultado de um jogo de convencimento em que os sujeitos envolvidos imprimem suas intenções. Esse jogo comunicativo ocorre em uma situação de comunicação cujos sujeitos sociais correspondem àquele que desencadeia a comunicação – sujeito comunicante – e àquele que tem como função ser convencido, ser afetado de alguma forma – sujeito interpretante. Dentro dessa configuração, há ainda o espaço virtual, também chamado de *mise-en-scène*, onde ocorre a encenação comunicativa. O sujeito comunicante projeta uma *persona* (ou *ethos*) para si – Eu enunciador – e outra para representar o sujeito interpretante, chamado, neste espaço, de Tu destinatário.

Esse esquema comunicativo entre os sujeitos pode ser observado no quadro abaixo: Como pode ser observado na Figura 1, a situação de comunicação é formada por, no mínimo, quatro sujeitos – dois seres sociais e dois seres de fala –, que são portadores de "autonomia, consciência e responsabilidade ética e discursiva" (Emediato, 2022, p. 8). Por conta dessa possibilidade de reflexão, o discurso é planejado pelo locutor com a preocupação de utilizar estratégias para indicar a sua autoridade e a sua relevância a fim de ser reconhecido pelo receptor. Estabelece-se, desse modo, o chamado contrato de comunicação, definido como um:

> [...] conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja sua forma, oral ou escrita, monolocutiva ou interlocutiva). É o que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático de troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias). (Charaudeau; Maingueneau, 2004, p. 132).

Além de projetar o *ethos* que deseja apresentar ao público e de idealizar o receptor, o locutor precisa planejar a forma com que elaborará o seu discurso a partir de sua perspectiva de interpretação, ou seja, ele precisará semiotizar o mundo de tal maneira que consiga alcançar seus objetivos (Charaudeau, 2007).

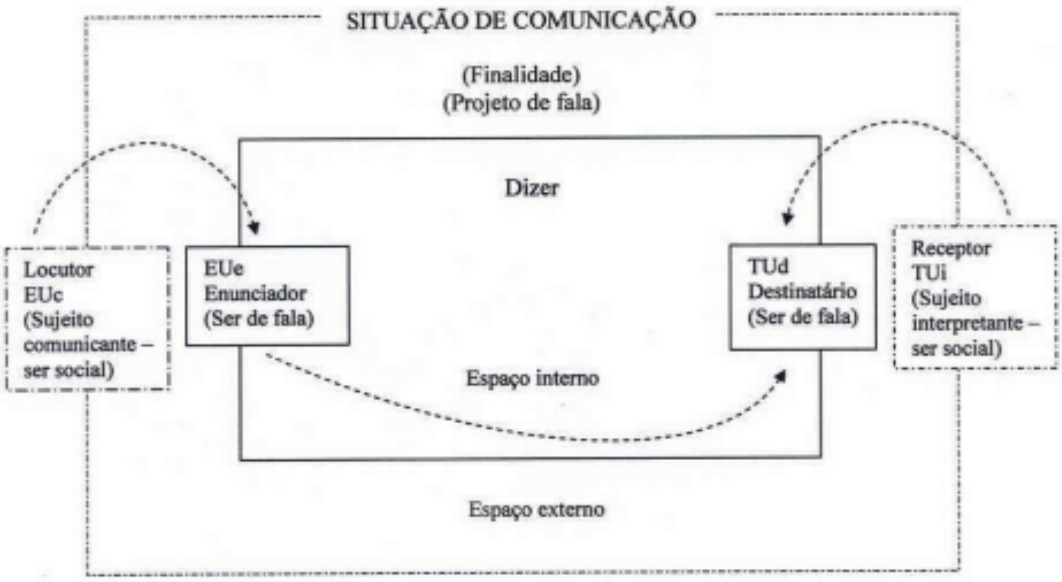

Figura 1. Situação de comunicação
Fonte: Charaudeau, 2019, p. 52

Semiotizar para influenciar

A semiotização do mundo (Charaudeau, 2007), uma das bases da Semiolinguística do Discurso, é um dos fenômenos atrelados à situação de comunicação que ocorre a partir da intenção do sujeito enunciador em influenciar o sujeito interpretante. Esse processo é dividido em duas etapas interdependentes: a transformação e a transação.

Para elaborar o seu discurso, o sujeito enunciador precisa significar o mundo, a partir de sua subjetividade e de seus saberes provenientes dos imaginários sócio-discursivos, ou seja, dos imaginários construídos e representados pelos discursos que auxiliam na construção do pensamento (Charaudeau, 2018, 2022). A esse fenômeno

de tradução do mundo, Charaudeau nomeia de *transformação*. Ela se subdivide nas operações de identificação (os seres do mundo empírico são identificados, nomeados e conceituados); de qualificação (os seres são caracterizados e especificados); de ação (os seres são relacionados como agentes ou pacientes das sequências de uma ação); e de causação (as relações de causa e efeito das ações são identificadas).

A segunda etapa da semiotização do mundo, a *transação*, é respaldada pela intenção de o sujeito enunciador influenciar diretamente o sujeito destinatário no momento da enunciação. Esse processo é composto por quatro princípios fundamentais na encenação comunicativa. O *princípio da alteridade*, que justifica o desencadeamento de qualquer discurso e determina a existência de, pelo menos, dois sujeitos na situação de comunicação, o "eu" e o "tu". Outro *princípio* presente é o *da pertinência*, que consiste na seleção do conteúdo pertinente para o momento da enunciação e cuida da forma como este mesmo conteúdo será tratado no auditório. Além desses dois, há o *princípio da influência*, que implica o movimento inerente do sujeito enunciador em cativar o sujeito destinatário. Por último, tem-se o *princípio da regulação*, do qual o sujeito se utiliza para selecionar as estratégias que serão aceitas na situação de comunicação em que se encontra.

Todo esse processo de filtragem do mundo para elaborar um ponto de vista para o interlocutor necessita da linguagem para agir no mundo. Para manejar os aparatos da língua e organizá-los no discurso, além do conhecimento gramatical, é necessário o conhecimento dos modos de organização do discurso, os quais serão explicados a seguir.

Argumentar: organizar para influenciar

Segundo a visão da Semiolinguística, as intenções do sujeito do ato comunicativo são impressas pelo uso de determinadas categorias de língua ordenadas de acordo com os Modos de organização do discurso, que são o *enunciativo*, o *descritivo*, o *narrativo* e o *argumentativo*.

O *modo enunciativo* é o responsável pela organização discursiva do ponto de vista do sujeito locutor em relação ao interlocutor, ao mundo e até a si mesmo. Esse modo de organização apresenta três procedimentos de construção enunciativa: o alocutivo, o elocutivo e o delocutivo. O *comportamento alocutivo* estabelece uma relação de influência entre locutor e interlocutor, podendo ramificar-se em uma relação de força (locutor prepondera sobre interlocutor) e relação de pedido (interlocutor sobrepõe o locutor).

O *comportamento elocutivo* expõe o ponto de vista do locutor sobre o mundo, formando, assim, uma relação do locutor centrada no seu próprio "eu". Divide-se em especificações como modo de saber, avaliação, motivação. O *comportamento delocutivo*, por outro lado, caracteriza-se pela impessoalidade, configurando o apagamento do ponto de vista do locutor e do interlocutor ao pôr em destaque o posicionamento de

um terceiro. Pode ser dividido em apresentar o modo com que o mundo se impõe e o modo como um terceiro se coloca no mundo. O modo enunciativo interfere nos outros três modos de organização do discurso, pois todo discurso não prescinde de um sujeito.

O *modo descritivo*, por sua vez, é o responsável pelos processos de nomear os seres, qualificar esses seres e situá-los em um tempo e espaço. Esse modo de organização é composto por três procedimentos discursivos. O primeiro é classificado como identificação, cujos textos têm como objetivos recensear e informar. O segundo procedimento é a construção objetiva do mundo, que tem como fim definir, explicar, incitar e contar. O último procedimento discursivo é denominado como construção subjetiva do mundo e tem como objetivos incitar e contar.

O *modo narrativo*, por sua vez, organiza as ações do discurso no tempo, concatenando-as a ponto de formar um relato. Os procedimentos de configuração da lógica argumentativa dividem-se em grupos ligados à motivação intencional, ligados à cronologia, ligados ao ritmo e ligados à localização espaço-temporal. A motivação intencional atribui, ao agente de uma sequência narrativa, o agir voluntariamente ou com uma intenção involuntária, influenciada por uma força humana ou por força sobrenatural. Em relação à cronologia, as relações de causalidade das sequências narrativas podem ocorrer de modo contínuo ou descontínuo. O procedimento ligado ao ritmo caracteriza a velocidade em que a sucessão das sequências se desenvolve. Com relação ao último procedimento, localização espaço-temporal, sua classificação depende do tempo (passado/presente) da narrativa e da localização no tempo e no espaço das ações.

Por fim, o *modo argumentativo*, tópico que nos interessa nesta análise, propõe que o sujeito organize o seu discurso com o objetivo de provar, por meio de estratégias racionais, o seu ponto de vista para o sujeito alvo. Está em foco o posicionamento do sujeito e os argumentos que utiliza para sustentá-lo.

A relação argumentativa é formada por, no mínimo, três elementos basilares: a asserção de partida (A1), a asserção de chegada (A2) e a asserção de passagem. O primeiro elemento enumerado trata do enunciado elaborado pelo sujeito enunciador sobre a existência e descrição de seres. A segunda asserção (A2), também chamada de conclusão, estabelece com (A1) uma relação de causalidade, instaurando valores de causa ou consequência entre os enunciados. Por último, a asserção de passagem, conhecida como prova, inferência ou argumento, é a ponte que justifica a relação de causalidade entre (A1) e (A2). As relações lógicas construídas na asserção de passagem instauram-se no encadeamento discursivo a fim de atribuir valores para a asserção além da explicação, como oposição e finalidade.

As asserções de partida e de chegada podem ter relação de inferência concretizada por um vínculo modal instituído no nível do possível ou do obrigatório. No eixo do possível, a asserção de chegada (A2) não é a única conclusão da asserção de partida (A1). Esse eixo é ramificado em três partes. Pode tanto ser um vínculo da ordem do possível, com uma conclusão aleatória (1a); um vínculo da ordem do provável, uma conclusão que tem por base um cálculo quantitativo e até o qualitativo (1b, c); e um vínculo da ordem de presunção, conclusão que é imposta na ausência de uma contra-argumentação (1d):

> (1) a. O que você vai fazer domingo? – Eu ainda não sei… Se o tempo estiver bom (A1), talvez eu vá à praia (A2).
>
> b. Há 80% de chances de que a causa dessa doença (A1) seja um vírus (A2).
>
> c. Se ele não quis nos acusar (A1), é sem dúvida porque espera tirar algum partido da situação em que nos encontramos (A2).
>
> d. Ao menos que me mostrem a prova do contrário, direi, por ora, que ele é (A1) o responsável pelo acidente (A2).
>
> (Charaudeau, 2019, p.212)

Concluído o *modo argumentativo de organização do discurso*, vejamos algumas estratégias de convencimento segundo Charaudeau.

Estratégias: convencer para influenciar

O sujeito argumentante dispõe de algumas estratégias para convencer o sujeito destinatário no momento do discurso. Elas são designadas de legitimidade, credibilidade e captação (Charaudeau, 1998).

A *legitimidade* confere ao sujeito enunciador uma autoridade, institucional ou pessoal, consistente diante do público-alvo, que pode duvidar da legitimidade do enunciador e requerer uma autojustificação. Um exemplo, neste caso, é a validade da autoridade do jornalista experiente Evaristo Costa quando o assunto é julgar o que pode ou não ser considerado jornalismo.

A *credibilidade* é uma estratégia que apresenta o posicionamento do sujeito perante uma situação, e pode ser realizada por meio da neutralidade ou de uma colocação explícita e crítica. O posicionamento explícito de Evaristo Costa contra os sites de fofoca (Figura 5), com argumentos sólidos, ilustra essa estratégia.

A *captação*, por sua vez, cuida de manejar modos para levar o outro a pensar como o sujeito enunciador, seja por meio de discurso polêmico, seja por meio da dramatização no discurso.

Ethos

Na Grécia Antiga, Aristóteles distingue, para caracterizar a Retórica, dois tipos de provas: as provas chamadas de artísticas e as chamadas de não artísticas. Em relação ao contexto artístico, temos as provas elaboradas pelo orador, enquanto as não artísticas correspondem, por exemplo, à apresentação de documentos e testemunhos. As provas artísticas remetem à conhecida tríade argumentativa *ethos/ logos/ pathos*.

No que diz respeito ao *ethos*, entra em jogo a imagem do sujeito enunciador, cuja construção era atribuída apenas ao locutor e ocorria somente no momento do discurso (Aristóteles, 2019). No final do século XX, retomando o estudo desse tema em Análise do Discurso, Maingueneau (2008) sugere novos desdobramentos para o estudo da imagem de si projetada pelo locutor.

Segundo Maingueneau (2020), "Estudar o *ethos* é se apoiar em um dado simples, intuitivo, coextensivo a todo uso da linguagem: o destinatário constrói uma representação do locutor por meio daquilo que ele diz e da sua maneira de dizê-lo" (p. 9). Nesse contexto, além da projeção idealizada pelo enunciador, o sujeito destinatário apresenta-se como um ser ativo que constrói um conceito do locutor inscrito fora da enunciação a partir de pistas interdiscursivas. Por conta dessa atividade, o *ethos* resulta, então, de uma "representação avaliada", produto de vários fatores que interagem na enunciação. A partir dessa concepção, o *ethos* se divide em:

a. *ethos* pré-discursivo: corpo criado a partir de características presentes em discursos anteriores. Nesse caso, o estereótipo é parte fundamental para a rotulação da imagem do sujeito.

b. *ethos* discursivo: corpo criado durante o discurso. Ele pode ser "dito" – refere-se ao ato de o sujeito falar de si mesmo durante a enunciação – ou "mostrado" – refere-se ao modo pelo qual o sujeito enuncia.

A distinção entre esses dois tipos é problemática, pois nem sempre é possível diferenciá-los no discurso. Segundo Maingueneau (2008, p. 71), essa diferença "inscreve-se nos extremos de uma linha contínua, já que é impossível definir uma fronteira nítida entre o 'dito' sugerido e o 'mostrado'".

Neste trabalho, focamos no que foi dito pelo jornalista para a construção de sua imagem e utilizamos as pistas implícitas para auxiliar na caracterização do *ethos* em cada texto. Identificamos o *ethos* dito por meio dos enunciados expressos linguisticamente pelo fiador nos pedidos de desculpas com o objetivo de autoafirmar-se, tal como *Sou da paz* (Figura 4) e *Ataques não fazem parte da minha índole* (Figura 5). O *ethos* mostrado, por sua vez, foi considerado a partir de pistas linguísticas que remetem implícita e subjetivamente à imagem manifestada pelo sujeito nos dois pedidos.

c. *ethos* efetivo: resultado da interação entre o *ethos* pré-discursivo e os traços apresentados na enunciação com o *ethos* discursivo.

É possível compreender melhor a complexidade dos *ethé* por meio do esquema que se segue (Gráfico 1):

Gráfico 1. Esquema de construção do *ethos* efetivo
Fonte: Maingueneau (2019, p. 19)

A propósito do *ethos* discursivo, independentemente da distinção entre o dito e o mostrado, vale destacar a sua importância para a análise além do texto, ou seja, para abordagem discursiva que rompe as entrelinhas do que é dito e permite identificar as estratégias argumentativas do sujeito enunciador. Como sugere Pauliukonis (2018, p.156):

> Convém lembrar que, sempre ao tomar a palavra, o sujeito comunicante constrói uma imagem de si próprio e uma outra de seu interlocutor e é inegável que toda "maneira de dizer" induz a criação de uma imagem que pode facilitar ou condicionar a boa realização de um projeto. Em outras palavras, por meio da enunciação, revela-se a personalidade, o caráter dos enunciadores e, por isso mesmo, ela é caracterizadora de intersubjetividades e de suas variadas faces, que constituem os *ethé* discursivos.
>
> Essa imagem de si, projetada pelo locutor através de seu discurso, coloca em jogo a capacidade de transmitir credibilidade, de persuadir o alocutário e se apoia mais no discurso do que no caráter real propriamente dito do locutor. Melhor dizendo, é a imagem que o locutor passa de si pela enunciação que testemunha a construção desse *ethos*. Todas essas considerações reiteram a importância do tratamento enunciativo na abordagem de um texto visto como discurso.

Retomando o esquema proposto por Maingueneau (2008), o linguista desdobra o estudo de *ethos* ao propor o conceito de fiador. O sujeito enunciador, localizado no espaço do dizer na situação de comunicação, é considerado um projeto do sujeito comunicante que faz ecoar o seu pensamento no texto e que é composto por um corpo, isto é, possui corporeidade. Essa visão propõe que o projeto de texto subjetivo "possui uma 'voz', vinculada a um 'corpo enunciante' historicamente especificado" (Maingueneau, 2008, p. 64).

Em vista disso, o *ethos* não corresponde apenas ao que é mostrado no discurso oral, como registra a visão aristotélica. No próprio discurso escrito, há traços que retomam as características do sujeito discursivo e compõem o corpo do enunciador. Os traços citados afiançam o projeto de dizer do sujeito extradiscursivo certificado por um "tom" que forma o *fiador*. Nas palavras de Maingueneau (2008, p.65):

> Isso quer dizer que optei por uma concepção mais "encarnada" do *ethos*, que, nessa perspectiva, recobre não somente a dimensão verbal, mas também o conjunto das determinações físicas e psíquicas associadas ao "fiador" pelas representações coletivas.

Então, na *mise-en-scène*, o sujeito do mundo empírico faz-se presente no seu texto, escrito ou oral, por meio de uma vocalidade revestida por traços físicos, relacionados à corporalidade – próprio corpo, vestimenta, postura, tom de voz, gestos… – e ao modo de se mover no discurso. O processo de identificação do sujeito pelo público ocorre, porque as características do fiador são elaboradas por meio de estereótipos que circundam a sociedade. Isso acontece porque o fiador pertence a um "mundo ético" formatado por comportamentos estereotipados em determinadas situações na sociedade. Esse mundo ético é exposto pelo fiador, que permite o acesso ao interpretante. A manifestação do *ethos* pode, dessa forma, reforçar ou transformar as representações sociais associadas à sua imagem. Um exemplo de estereotipagem é o mundo ético das estrelas de cinema, que agrega seção de fotos, de maquiagem, seção de entrevistas, subida nos degraus do Festival de Cannes *etc*.

Compreende-se, desse modo, que o "fiador" é uma entidade co-construída, pois o destinatário elabora esse corpo por meio das pistas marcadas na enunciação, único meio que possibilita o acesso ao *ethos*. Esse processo é intitulado de "incorporação". A incorporação acontece por meio de três etapas:

> – a enunciação da obra confere uma "corporalidade" ao fiador, ela lhe dá corpo;
>
> – o destinatário incorpora, assimila um conjunto de esquemas que correspondem a uma maneira específica de se remeter ao mundo habitando seu próprio corpo;

> – essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo da comunidade imaginária dos que aderem ao mesmo discurso (Maingueneau, 2019, p. 18).

Finalizada a abordagem sobre o conceito de *fiador*, vejamos, a seguir, o gênero *pedido de desculpas*.

Pedido de desculpas: gênero discursivo

Segundo Bakhtin (2016), a construção de qualquer texto prescinde do uso de enunciado, cuja composição é tida pelo conteúdo temático – o assunto que será tratado –, o estilo – seleção lexical, escolha de estrutura sintática, preferência gramatical – e a construção composicional – estrutura exigida. Desse modo, o enunciado pode variar de acordo com a situação comunicativa e com a pessoa que o elabora, apesar de apresentar traços fixos que o enquadram em um determinado grupo de enunciados chamado de gêneros do discurso:

> Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção comunicacional – estão indissoluvelmente ligados *no conjunto* do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* os quais denominamos *gêneros do discurso* (Bakhtin, 2016, p.12).

O falante atento à comunicação identifica quando uma estrutura é adequada ou não para a sua língua, pois os gêneros são textos históricos e sociais, podem ser criados, podem cair em desuso ou podem ser reformulados. Essa premissa é reforçada quando o autor ressalta que "cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados" (Bakhtin, 2016, p. 26). Dessa forma, nem todos os enunciados podem apresentar traços de individualidade, pois há gêneros que apresentam uma estrutura padronizada, como nos textos ficcionais, em que o autor pode colocar seu olhar particular, e nos documentos oficiais, em que há uma estrutura que não abre espaço para a expressão nítida da subjetividade.

O gênero *pedido de desculpas* apresenta, como conteúdo temático, o desejo do enunciador de refazer ou reforçar a sua face positiva desfeita ou abalada diante de uma contenda. Segundo Brown & Levinson (1987), em uma situação de comunicação, todos reconhecem que há a necessidade de preservação da sua própria face, ou seja, da sua imagem, e da face do interlocutor por meio da polidez. A polidez chamada de positiva configura a manutenção da troca comunicativa pacífica e zela pela preservação da face por meio de acordos que não firam as regras de convívio social.

A polidez negativa surge com a função de reatar a face positiva do enunciador após a quebra de um contrato social. Para que isso ocorra, o sujeito recorre a estratégias para reestabelecer a sua imagem, como a formulação do *pedido de desculpas*.

Considerando o exposto, o gênero em questão pode apresentar, além do reconhecimento do erro pelo próprio enunciador, o desejo de mudança de comportamento e, se tratar de um pedido realizado de forma direta, o reconhecimento da razão do interlocutor. Sobre o estilo da construção do pedido, por ele consistir em algo individual, o grau de formalidade do texto pode variar de acordo com o nível de letramento do autor, do ambiente em que ocorre a troca linguageira e do nível de intimidade entre os participantes.

Pressupõe-se que a elaboração do *pedido de desculpas*, no contexto brasileiro, seja aceita, principalmente nas redes sociais, por influência da cultura cristã. Pedir desculpas ou perdão é considerado como um ato digno nas religiões cristãs. Só no Brasil, de acordo com o IBGE (2010), 123.280.172 milhões de pessoas declararam-se católicas apostólicas romanas e um pouco mais 42 milhões, evangélicas. Em contrapartida, 15.335.520 milhões de pessoas declararam não ter nenhuma religião.

No ambiente virtual, o gênero *pedido de desculpas*, similarmente a outros gêneros que circulam no mundo digital, ganhou traços tecnolinguageiros e tecnodiscursivos, como os elementos imagéticos, ou iconotextos, e as abreviações e adaptações do vocabulário nas redes sociais. Conforme as categorias de gêneros digitais levantadas por Paveau (2022), o *pedido de desculpas* pode ser classificado como um tecnogênero discursivo negociado. Isso porque, apesar de preexistir à internet, esse gênero se adaptou ao mundo virtual de tal forma que aderiu às exigências do meio em que circula, entretanto não é inteiramente dependente das ferramentas digitais.

Observemos, abaixo, uma situação que desencadeou dois pedidos de desculpas.

Análise de caso: contextualização

No dia 04 de abril de 2023, o jornalista Evaristo Costa comentou uma postagem de uma internauta na Plataforma 3, antigo Twitter. Como pode ser observado na Figura 2, a postagem em destaque apresenta um texto elaborado pela internauta juntamente com a reportagem de vídeo da influenciadora Virginia Fonseca postado no Youtube.

Figura 2. Postagem da internauta
Fonte: Plataforma X

O conteúdo do vídeo da Virgínia Fonseca se resume à resistência da filha da influenciadora, que na época tinha um ano e oito meses, no momento da vacinação em casa. A mãe tenta distrair a criança, entretanto Maria chora e pede colo à babá, que acolhe a criança e explica que precisa voltar para o colo da mãe. Neste momento, Maria Alice se acalma, enquanto Virgínia insiste em chamá-la novamente para os seus braços.

O texto da internauta indexado ao vídeo da Virginia recontextualiza e ressignifica a situação do vídeo, pois sugere que a filha prefere a babá à mãe. Diante desse conteúdo ressignificado, o jornalista Evaristo Costa comentou a postagem do vídeo com a expressão popular *Já ouviram falar: 'mãe é quem cria'?*. Este dito sintetiza um saber de experiência, uma das vertentes do saber de crença (Charaudeau, 2018; 2022), compartilhado na sociedade brasileira, cujo campo semântico esboça o que, de fato, pode ser considerado uma figura materna – aquela pessoa que cuida, que educa, que alimenta, que está presente, que dá afeto. Nessa situação, de acordo com a fala do jornalista, a reação da criança seria justificada pelos cuidados dispensados pela babá, cuja função social desempenhada espelha o ideal materno.

No dia seguinte à reação do jornalista, em 05 de abril de 2023, os internautas demonstraram descontentamento nas mídias sociais em relação à postura de Evaristo. Além disso, a influenciadora Virgínia e o marido manifestaram seus posicionamentos contra o comentário do jornalista. Destacaremos aqui a postagem da influenciadora, que publicou uma foto com expressão de tristeza e de choro (Figura 3), e rebateu a crítica que recebeu em relação à maternidade. A influenciadora digital questionou o aparente paradoxo machista de ser mulher trabalhadora e desempenhar o papel da maternidade simultaneamente, como está exposto no seguinte recorte: *O tanto de mulher que trabalha e deixa os filhos com outras pessoas????? Todas essas mães não são MÃES?*.

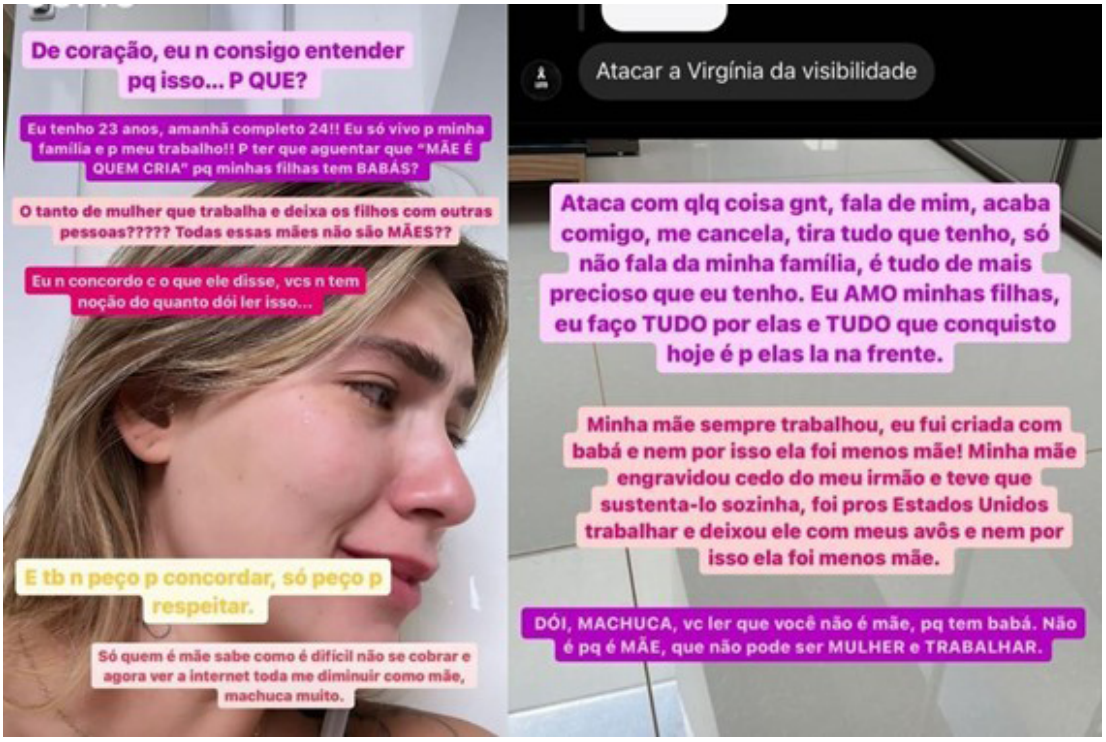

Figura 3. Reação da Virginia Fonseca
Fonte: Cesar (2023).

Em sua postagem, a influenciadora reforçou o seu posicionamento a favor da mulher que desempenha esses papéis sociais (mãe e trabalhadora) com seu saber empírico, pois afirma que foi criada pela babá e que seu irmão foi criado pelos avós enquanto a mãe trabalhava fora. Apesar dessa experiência, Virginia afirma que a ausência de sua mãe não a impediu de exercer o seu papel social materno (*nem por isso ela foi menos mãe.*).

Esse desentendimento nas redes sociais gerado pelo comentário de Evaristo (Figura 2) provocou a elaboração, por ele, dos dois pedidos de desculpas que serão analisados abaixo.

Análise dos pedidos de desculpas

O primeiro *pedido de desculpas* postado pelo jornalista Evaristo Costa, dia 04 de abril de 2023, no story de sua conta do Instagram, revela a vocalidade de um fiador do discurso despreocupado com os apontamentos sobre o comentário ofensivo em relação à influenciadora digital Virgínia Fonseca. Em virtude dessa postura, o enunciador do *pedido de desculpas* apresenta tons de impessoalidade e de autodefesa, uma vez que distancia o texto do interlocutor afetado pelo comentário, ou seja, não direciona o seu discurso para a pessoa ofendida – *Se alguém se sentiu ofendido(a)* –, mas, concentra-se na descrição psicológica do "eu" (*Sou da paz*).

Observemos o pedido do jornalista na Figura 4 abaixo:

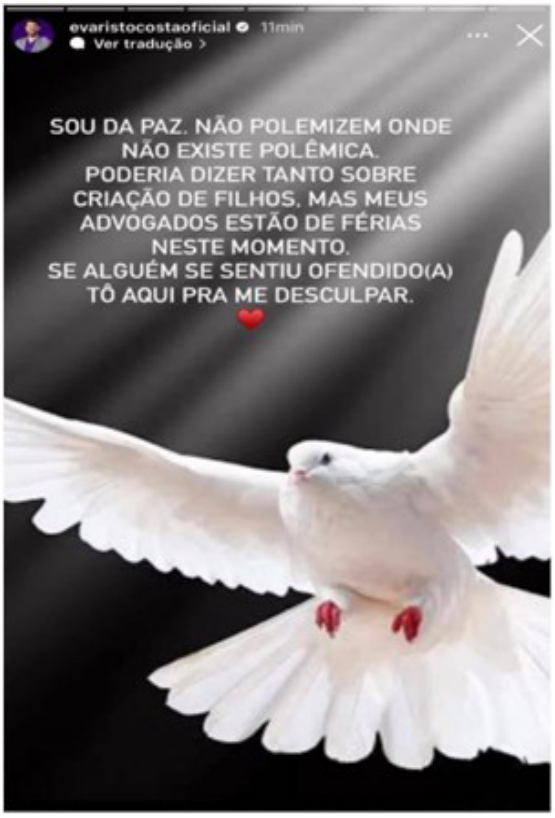

Figura 4. Primeiro pedido de desculpas de Evaristo Costa
Fonte: Gusttavo (2023).

Este *pedido de desculpas* em relação à fala de Evaristo – *Já ouviram falar: 'mãe é quem cria'?* –, inicia-se com uma declaração positiva elaborada pelo enunciador sobre si – *Sou da paz*. A tese do texto, cuja manifestação coincide com o *ethos* dito (Maingueneau, 2008), aponta para uma característica moral do eu enunciador, estratégia argumentativa utilizada pelo fiador a fim de criar uma quebra de paradigma em relação à confusão criada nas redes sociais. O verbo *ser* na primeira pessoa indica um estado de permanência, algo intrínseco da essência do sujeito, o que difere semanticamente do verbo *ter*, que, por sua vez, indica transitoriedade, estado de não permanência. O emprego do verbo *ser*, portanto, já assinala a impossibilidade de alinhar uma atitude grosseira e preconceituosa ao sujeito que se declara uma pessoa pacífica.

Neste trecho, identificamos a manifestação de um *ethos de preservação* impresso neste primeiro momento. Trata-se da preservação de sua própria imagem de jornalista conceituado. Do ponto de vista do modo enunciativo de organização do discurso, podemos destacar, ainda, que, ao dizer *Sou da paz*, o sujeito se vale da modalidade elocutiva (1ª pessoa do discurso) para relembrar quem ele é, marcando sua posição de profissional sério e de pessoa séria, portanto.

A segunda parte do texto – *Poderia dizer tanto sobre a criação de filhos, mas meus advogados estão de férias neste momento.* – é direcionada aos internautas que alimentavam a contenda para engajar o assunto nas redes. Inclui-se também as páginas de fofoca, que são as que mais se beneficiam com esse tipo de situação. O trecho curto e irônico, estrutura corriqueira nos comentários do Instagram, – "Poderia dizer tanto sobre criação de filhos, mas meus advogados estão de férias neste momento." – demonstra um enunciador destemido e tranquilo em relação ao posicionamento dos internautas, contra a postagem do jornalista, e aos fomentadores da disseminação da fofoca na internet.

A terceira parte do texto constitui-se pelo *pedido de desculpas* indireto, isto é, que não é direcionado a um sujeito em específico – *Se alguém se sentiu ofendido(a) tô aqui pra me desculpar*. Além disso, a ofensa aparece em uma realidade hipotética, expressa pelo encadeamento condicional existente entre as orações, o que é contraditório em relação à finalidade da postagem do próprio texto. Ao se elaborar um *pedido de desculpas*, mesmo que se insinue o desconhecimento de um interlocutor ofendido, pressupõe-se a existência de uma possível ofensa. Logo, o sujeito, mesmo que implicitamente, coloca-se como ofensor.

Ainda no texto em apreço, observamos que o enunciador se coloca como um sujeito disposto a pedir desculpas a quem aparecer e se declarar como ofendido em relação à sua postagem no vídeo de Virgínia, reforçando, dessa forma, o tom de despreocupação diante das opiniões dos internautas. Vale ressaltar, entretanto, que há, neste trecho, uma quebra de expectativa em relação ao contrato existente no *pedido de desculpas*, pois é esperado o movimento do ofensor em direção ao ofendido, e não aos leitores de modo geral.

Além disso, o sujeito enunciador faz uso de um recurso muito utilizado nas redes sociais: elementos imagéticos, ou seja, o iconotexto[2]. O primeiro elemento presente é um emoji de coração, cuja função parece ser a de reforçar a disposição do enunciador em pedir desculpas a quem se manifestar ofendido. Esse ícone que representa o órgão humano, na sociedade ocidental, ganha também o significado de abrigo das emoções humanas (Chevalier, Gheerbrant, 2001, p. 281), o órgão do sentimento, do amor.

[2] Segundo Maingueneau (2015, p. 160), o termo "iconotexto" é utilizado "para designar as produções semióticas em que imagem e fala são indissociáveis." O autor ainda afirma que esse conceito designa a "íntima associação entre o verbal e o visual" (Maingueneau, 2020, p.35).

A pomba branca, outro iconotexto presente no discurso, parece reforçar o *ethos* discursivo de um ser pacífico – "Sou da paz.". Na cultura judaico-cristã, esse animal simboliza a simplicidade, a pureza e a paz. Todo o texto foi modulado a partir de um esquema de defesa e preservação da imagem do jornalista, destacando, por meio do fiador, a vocalidade que constrói e sustenta a face positiva do *ethos* dito.

No segundo pedido de desculpas postado por Evaristo Costa, em sua conta do Instagram, no dia 05 de abril de 2023, observa-se uma mudança na disposição do enunciado, reflexo da mudança da vocalidade impressa pelo fiador do discurso. O enunciador deste pedido, em contraponto ao enunciador do pedido 1, apresenta tons de pessoalidade e empatia, os quais validam o realinhamento da corporificação de uma imagem positiva. Esse fato propiciou que fosse identificada a manifestação de *ethé* diferentes listados neste segundo exemplo.

Vejamos, na Figura 5, o *pedido de desculpas* do jornalista:

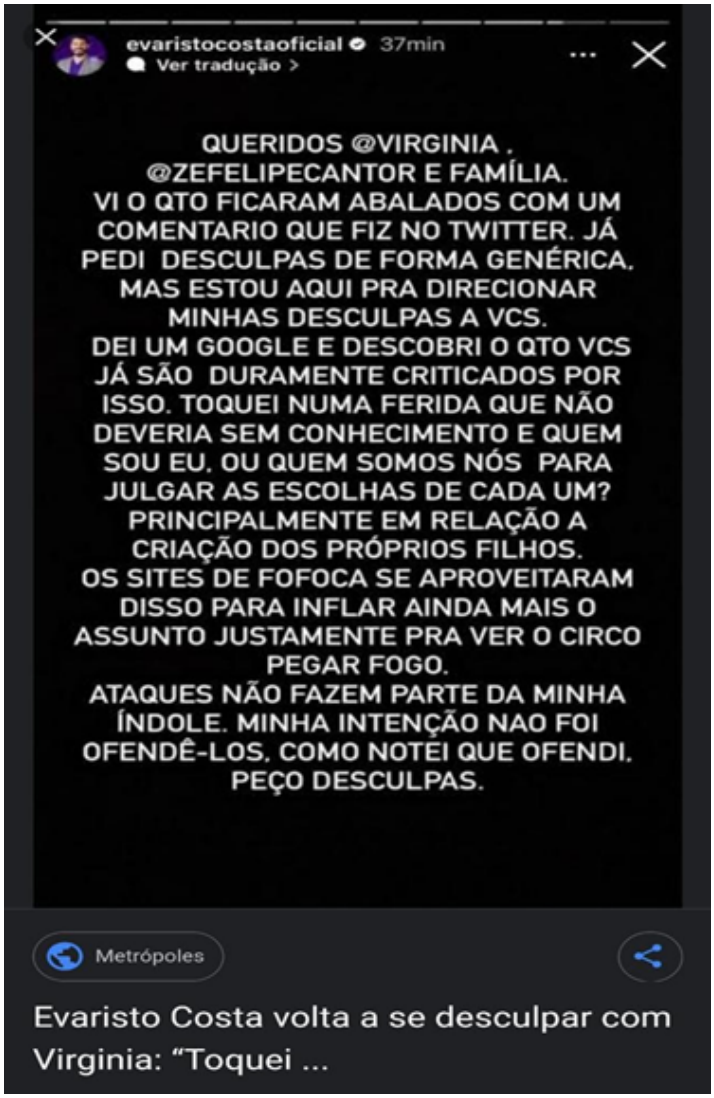

Figura 5. Segundo pedido de desculpas de Evaristo Costa
Fonte: Ribeiro (2023).

Na primeira parte do texto, identificamos a presença de um posicionamento de preocupação em relação aos efeitos da atitude anterior do jornalista (isto é, do primeiro *pedido de desculpas*). Essa imagem, a qual nomeamos de *ethos de respeito*, se manifesta desde o início da retratação. No texto, iniciado pela saudação *Queridos, @Virginia, @ZeFelipeCantor e família*, percebe-se o efeito da operação de identificação e de qualificação na semiotização do discurso (*cf.* Charaudeau, 2007, p.14). A presença do adjetivo (queridos) que instaura um grau de intimidade ou tentativa de aproximação, somada à singularização dos interlocutores pelo ato de nomeá-los, gera um efeito diferente do que foi gerado no texto anterior. Essas atitudes do fiador (corpo virtual do enunciador) demonstram preocupação e empatia para com a família afetada. A imagem positiva que o jornalista constrói (ou tenta construir) de si como alguém íntegro e preocupado em tomar atitudes éticas é reforçada no trecho *Já pedi desculpas de forma genérica, mas estou aqui para direcionar minhas desculpas a vcs*.

Ao longo do pedido, o enunciador evoca um princípio social, também cultivado na cultura cristã (Almeida, 1993, Mateus, 7:1-5), de que todo ser humano é falho e, por conta disso, indigno de julgar as ações do seu semelhante – *E quem sou eu. Ou quem somos nós para julgar as escolhas de cada um? Principalmente em relação à criação dos próprios filhos.* Nessa reflexão, parece que o fiador do papel social de pai assume uma postura de humildade diante de outro casal que também passa pelos desafios da criação de filhos. Essa função é peculiar, pois cada responsável é um ser repleto de vivências e cada criança também é única. Por outro lado, para julgar os atos falhos que afetam o bom convívio, existe a instância jurídica com todo o aparato legal para tratar do respeito às regras que zelam pela paz na sociedade.

O terceiro bloco de projeção do *ethos* está relacionado à intenção de identificar as pessoas ou entidades responsáveis por fomentar mal-entendidos nas redes sociais e até espalhar *fake news*. Neste caso, o enunciador aponta os "sites de fofoca" como os aproveitadores da confusão que surgiu após a declaração do jornalista. Essa postura descompromissada desses sites vai de encontro com o objetivo do jornalismo, que teria, como contrato, o zelo para com a verdade. A atitude discursiva do fiador jornalista em apontar os interessados e fomentadores do conflito gerado com a postagem caracteriza um enunciador destemido, configurando o *ethos de responsabilidade*.

Nessa parte do *pedido de desculpas*, o sujeito enunciador sustenta seu posicionamento em relação às mídias que se utilizam de fofoca para alcançar grande número de visualizações por meio das três estratégias do discurso, as quais são a legitimidade, a credibilidade e a captação (Charaudeau, 1998). Um dos fiadores de Evaristo Costa é a personagem jornalista, atuante na TV Globo de 1998 até 2017 (Evaristo, 2021), que, por si só, já possui *legitimidade* para julgar quem de fato é um profissional da informação. A estratégia de *credibilidade* foi utilizada quando Evaristo afirma que os sites de fofoca alimentaram o mal-entendido apenas para desfrutar da confusão causada na internet, ou seja, agem sem escrúpulos – *Os sites de fofoca se aproveitaram*

disso para inflar ainda mais o assunto justamente para ver o circo pegar fogo.. Por último, a estratégia de *captação* foi usada para marcar no leitor a falta de responsabilidade desses sites, cujo sintagma preposicionado que os caracteriza, (de fofoca) carrega uma carga semântica pejorativa, marcando, desse modo, a falta de compromisso com a verdade.

Na penúltima parte do texto, o fiador do discurso vale-se do *ethos* dito (Maingueneau, 2008, 2019) – *Ataques não fazem parte da minha índole. Minha intenção não foi ofendê-lo.* – para reafirmar um *ethos de preservação*. O perfil positivo do enunciador é moldado pela tese *ataques não fazem parte da minha índole*, o que valida o *topos* de que a depreciação da imagem de alguém é desferida por um indivíduo de perfil psicológico agressivo. Visto que Evaristo se descreve como uma pessoa que não tem esse perfil, pressupõe-se que o seu comentário sobre o comportamento da filha de Virgínia não pode ser interpretado como um ataque. O *logos*, desse modo, é fundamental para sustentar o fiador do discurso.

O texto é finalizado com a assertiva do jornalista sobre o reconhecimento do seu erro, pois seu comentário deslegitimou o papel de mãe desempenhado por Virgínia. Evaristo pede desculpas de forma direta, afirma que tomou consciência de seu ato desacordado com o contrato de uma relação respeitosa. Seu *pedido de desculpas* foi estruturado de forma racional, encadeando os argumentos para justificar seu posicionamento, de forma explícita e direta, e, com isso, construiu uma imagem que chamamos de *ethos de racionalidade*.

Os dois pedidos de desculpas, embora gerados pelo mesmo sujeito, apresentam fiadores distintos e, com isso, diferentes argumentos e diferentes projeções de *ethé*. O pedido 1 (Figura 4) é elaborado por um fiador despreocupado com a repercussão negativa de sua postagem motivadora do conflito. Ademais, no que corresponde à argumentação, a organização do discurso corresponde ao vínculo modal no domínio do possível, sustentando que, apesar de o sujeito ter utilizado a ironia para tratar do caso, o *pedido de desculpas* poderia ser gerado se o interlocutor ofendido se pronunciasse. No pedido 2 (Figura 5), em contrapartida, o fiador manifesta preocupação em modificar a sua imagem perante o público e, portanto, a organização argumentativa textual é pautada pelo vínculo modal correspondente ao eixo do obrigatório.

Observemos no Gráfico 2 a representação argumentativa no nível macrotextual:

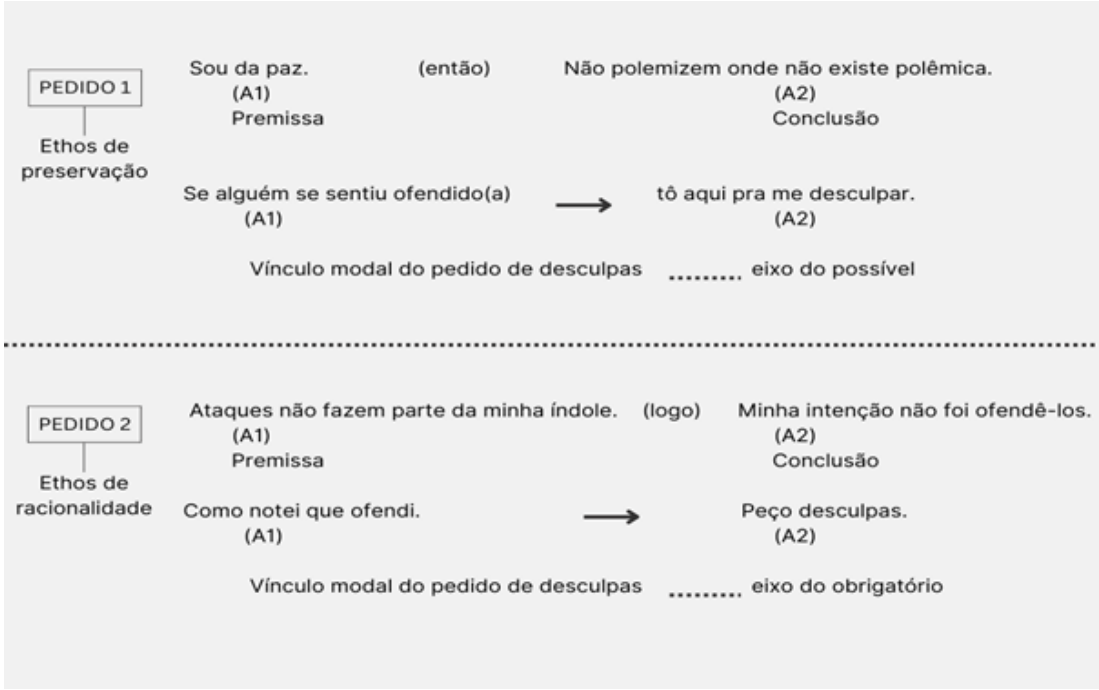

Gráfico 2. Eixo argumentativo pedido 1vs. pedido 2
Fonte: criação nossa, a partir de Charaudeau (2019, p. 210)

Diante do que foi exposto nas análises dos pedidos de desculpa, passemos às últimas considerações.

Considerações finais

O presente artigo foi elaborado com dois intuitos investigativos. O primeiro deles foi estudar os *ethé* projetados pelo enunciador em dois pedidos de desculpas elaborados para a mesma situação de comunicação (Figura 2), em momentos distintos, pelo mesmo sujeito comunicante, o jornalista Evaristo Costa. O segundo, constante em nossos estudos, ancora-se na descrição das estratégias argumentativas para a defesa da imagem de si, que pode tanto ser positiva quanto negativa. Para isso, adotamos como aporte teórico a Análise do Discurso, em especial a Semiolinguística do Discurso, de Patrick Charaudeau, para analisarmos essa estratégia argumentativa implícita (*ethos)*.

Com a intenção de modificar a imagem negativa construída na primeira situação de comunicação (Figura 2), em que o jornalista realizou um comentário que sustenta alguns imaginários sócio-discursivos, inclusive um de cunho machista, houve duas tentativas distintas de realinhamento do enunciador no cenário virtual.

A primeira tentativa (Figura 4) foi elaborada por um fiador pouco disposto a demonstrar preocupação com a relevância da disseminação de gatilhos negativos para a imagem da influenciadora Virginia. O texto apresenta tons de impessoalidade, de distância dos interlocutores, e de autodefesa. Por conta disso, há a predominância do *ethos de preservação*, uma vez que a intenção exposta pela vocalidade impressa

no texto é unicamente de se defender, por meio da estratégia psicológica de exaltar suas qualidades – *Sou da paz* – e de apelar para a ironia – *Poderia dizer tanto sobre criação de filhos, mas meus advogados estão de férias neste momento*.

O *pedido de desculpas*, neste caso, configura-se de modo indireto, pois o enunciador expressa incerteza em relação à concretização da ofensa e da identificação dos ofendidos, vide a sentença hipotética *Se alguém se sentiu ofendido (a). Tô aqui pra me desculpar*. O eixo modal argumentativo presente neste pedido é identificado como o eixo do possível, pois manifesta a incerteza da ofensa e, consequentemente, da existência do ofensor.

Na segunda tentativa de realinhar a sua imagem perante o público (Figura 5), o jornalista lançou mão de estratégias argumentativas implícitas mais elaboradas. Seu pedido apresenta tons de pessoalidade e de empatia e, como reflexo disso, manifesta os *ethé de respeito*, *de responsabilidade, de preservação* e *de racionalidade*.

Ademais, o seu *pedido de desculpas* é formulado de forma direta – *Como notei que ofendi. Peço desculpas* –, reconhece que descumpriu uma regra da polidez social e identifica, em seu texto, o casal ofendido pelo comentário na primeira situação de comunicação (Figura 2), Virginia Fonseca e Zé Felipe, seu marido. Dessa forma, o eixo argumentativo presente neste pedido é caracterizado pela modalidade do obrigatório, reforçando a existência da ofensa.

Longe de esgotarmos o assunto levantado neste artigo, esperamos que ele contribua, de alguma forma, para o estudo do *ethos* nas áreas de pesquisa que envolvam discurso e gêneros discursivos.

Referências

ALMEIDA, J. F. *A Bíblia Sagrada*. 2 ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.

AMOSSY, R. Da noção retórica do *ethos* à análise do discurso. *In:* AMOSSY, R. (org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos.* Tradução de Dilson Ferreira da Cruz *et al.* 2 ed. São Paulo: Contexto, 2016. p. 9 -27.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2019. *E-book*.

BAKHTIN, M. *Os gêneros do discurso*. Tradução de Paulo Bezerra. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 2016.

BROWN, P.; LEVINSON, S. *Politeness: Some universals in language use*. New York: Cambridge University Press, 1987. v. 8.

CESAR, E. Virginia e Evaristo Costa se envolvem em polêmica e causam alvoroço na web; entenda treta. *Gshow*, São Paulo, 5 abr. 2023. Cultura Pop. Disponível em: https://gshow.globo.com/cultura-pop/famosos/noticia/virginia-fonseca-e-evaristo-costa-se-envolve-em-briga-e-familia-dela-a-defende-entenda-treta.ghtml. Acesso em 5 mar. 2023.

CHARAUDEAU, P. *Langage et Discours - Eléments de sémiolinguistique.* Paris: Hachette-Université, 1983.

CHARAUDEAU, P. L'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit. *Le français aujourd'hui*, Paris, n. 123, 1998. Disponível em: https://www.patrick-charaudeau.com/L-argumentation-n-est-peut-etre,74.html. Acesso em: 10 de nov. 2024.

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. *In:* PAULIUKONIS, M.A.L., GAVAZZI, S. (org.). *Da língua ao discurso*: reflexões para o ensino. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 11-29.

CHARAUDEAU, P. *Discurso Político*. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz e Fabiana Komesu. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2018.

CHARAUDEAU, P *Linguagem e discurso*: modos de organização. Tradução de Angela Corrêa e Ida Lúcia Machado. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2019.

CHARAUDEAU, P. *A manipulação da verdade*: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade. Tradução de Dóris de Arruda da Cunha e André Luís de Araújo. São Paulo: Contexto, 2022.

CHARAUDEAU, P. MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso.* Tradução de Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. *Dicionário de símbolos*. Tradução de Vera da Costa e Silva *et al.* 16 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

EMEDIATO, W. Introdução. *In:* EMEDIATO, W. *Análise do Discurso: Numa perspectiva Enunciativa e Pragmática.* Campinas, SP: Pontes Editores, 2022. p. 7-23.

EVARISTO Costa. Memória Globo. 29. out. 2021. Disponível em: https://memoriaglobo.globo.com/perfil/evaristo-costa/noticia/evaristo-costa.ghtml. Acesso em: 25 mai. 2025.

GUSTTAVO, L. Evaristo Costa se pronuncia sobre polêmica envolvendo Virginia Fonseca: "Sou da paz". *Observatório dos famosos*, 5 abr. 2023. Disponível em: https://observatoriodosfamosos.com.br/noticias/evaristo-costa-se-pronuncia-sobre-polemica-envolvendo-virginia-fonseca-sou-da-paz. Acesso em 22 jun. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Demográfico.* Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749&t=destaques. Acesso em: 16 de mai. de 2025.

MAINGUENEAU, D. *Cenas da Enunciação.* Organizado por S. Possenti e M.C.P.S. Silva (org.). 2 ed. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

MAINGUENEAU, D. *Discurso e análise do discurso.* Tradução de Sírio Possenti. 1 ed. São Paulo: Parábola editorial, 2015.

MAINGUENEAU, D. *Discurso literário*. Tradução de Adail Sobral. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2018. *E-book.*

MAINGUENEAU, D. A propósito do ethos. *In:* MOTTA, A.R.; SALGADO, L. (org.). *Ethos discursivo.* 2 ed. São Paulo: Contexto, 2019. p. 11-29.

MAINGUENEAU, D. *Variações sobre o ethos*. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2020.

PAULIUKONIS, M.A.L. Teoria Semiolinguística: enriquecimento e produtividade em terras cariocas e fluminenses. *In:* MACHADO, I.L.; JESUS, S. N (org.). *Análise do discurso afinidades epistêmicas franco-brasileiras (tomo II)*. Curitiba: CVR, 2018. v. 16. p. 145-159.

PAVEAU, M-A. *Análise do Discurso Digital*. COSTA, J. L.; BARONAS, R. L. (org.). 2 ed. São Paulo: Pontes Editores, 2022.

RIBEIRO, L. Evaristo Costa pede desculpas, mas sem citar Virginia Fonseca, após dizer 'mãe é quem cria'. *Extra*, 05 abr. 2023. Disponível em: https://extra.globo.com/entretenimento/noticia/2023/04/evaristo-costa-pede-desculpas-mas-sem-citar-virginia-fonseca-apos-dizer-mae-e-quem-cuida.ghtml. Acesso em: 03 mai. 2023.