

Uma análise do discurso argumentativo: a materialização verbal do *auditório* e do *ethos* como estratégia de persuasão

An Analysis of Argumentative Discourse:
The Verbal Materialization of The *Audience*
and *Ethos* as a Persuasion Strategy

Rafaela Cardoso Corrêa dos Santos 

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
E-mail: rafaelacardoso.lettras@gmail.com

Editora-chefe

Marcia dos Santos
Machado Vieira

Editores convidados

Leonor Werneck dos Santos
Dennis Castanheira
Amanda Heiderich Marchon

Recebido: 29/03/2025

Aceito: 24/05/2025

Como citar:

Santos, Rafaela Cardoso Corrêa. Uma análise do discurso argumentativo: a materialização verbal do *auditório* e do *ethos* como estratégia de persuasão. *Revista Diadorim*, v.27, n.1, e67709, 2025. doi: <https://doi.org/10.35520/diadorim.2025.v27n1a67709>

Resumo

Este trabalho tem como objetivo verificar a construção verbal do *auditório* e do *ethos* como estratégia discursiva da argumentação. O *corpus* analisado é a crônica jornalística “Professores: a última trincheira da barbárie”, escrita por Jeferson Tenório na coluna do jornal GZH em 2020, ano em que se vivenciava a pandemia de Covid 19. De acordo com Pauliukonis, “examinar estratégias discursivas é analisar os caminhos de que se valeu o autor para melhor se aproximar de seus leitores e conseguir adesão dos espíritos ao que ele propõe” (Pauliukonis, 2019, p. 244). Nessa perspectiva, busca-se desenvolver uma reflexão teórica acerca do discurso argumentativo tendo em vista, principalmente, as concepções abordadas por Patrick Charaudeau (2010) e Ruth Amossy (2018). A partir dos estudos desses especialistas, apresentar-se-á uma exposição teórica que contempla conceitos que fazem parte dos estudos semiolinguísticos como contrato de comunicação e modos de organização do discurso, além das concepções referentes a *auditório* e a *ethos*.

Por fim, desenvolveu-se uma análise do *corpus* considerando a sua macro e microestrutura, buscando-se observar como a construção do *ethos* e do auditório se apresenta na materialidade do discurso. Assim, verifica-se como os sujeitos que estão inseridos no ato de comunicação se fazem presentes no discurso construído em um contexto permeado por adversidades sociais provocadas pela situação pandêmica que afetou diversas esferas profissionais, inclusive a educacional.

Palavras-chave:

Discurso argumentativo; semiolinguística; auditório, *ethos*.

Abstract

This study aims to examine the verbal construction of the audience and ethos as a discursive strategy of argumentation. The analyzed *corpus* is the journalistic chronicle “Teachers: The Last Trench of barbarism,” written by Jeferson Tenório in the GZH newspaper column in 2020, a year marked by the Covid-19 pandemic. According to Pauliukonis, “examining discursive strategies means analyzing the paths the author has taken to better connect with their readers and gain the audience’s adherence to what they propose” (Pauliukonis, 2019, p. 244). From this perspective, the study seeks to develop a theoretical reflection on argumentative discourse, primarily based on the conceptions addressed by Patrick Charaudeau (2010) and Ruth Amossy (2018). Drawing from the research of these specialists, a theoretical exposition will be presented, covering concepts from semiolinguistic studies such as the communication contract and modes of discourse organization, in addition to notions related to audience and ethos. Finally, an analysis of the *corpus* was conducted, considering both its macrostructure and microstructure, in an effort to observe how the construction of ethos and the audience is manifested in the materiality of the discourse. Thus, this study examines how the subjects involved in the act of communication are present in a discourse shaped by a context of social adversity caused by the pandemic, which affected various professional spheres, including education.

Keywords:

Argumentative discourse; semiolinguistics; audience; *ethos*.

Introdução

A argumentação se faz presente e relevante em diferentes práticas sociais. Por exemplo, nos debates políticos, comumente, veem-se disputas entre candidatos que defendem ideologias partidárias distintas e tentam convencer os eleitores de que são a melhor opção construindo uma imagem que capte a atenção dos eleitores e lhes conceda credibilidade. No contexto educacional, nota-se o estímulo das escolas para que seus alunos aperfeiçoem suas técnicas de escrita tendo em vista a prova do Enem, em que se propõe a produção de um texto dissertativo-argumentativo em que é fundamental saber se apresentar para se defender uma tese construída. Em propagandas publicitárias, também é possível se deparar com discursos que buscam convencer os ouvintes a respeito da qualidade de um produto ou da eficácia de um serviço, fazendo-se uso de diferentes estratégias argumentativas que captam a atenção do público.

Nota-se, com isso, que na esfera política, educacional, ou publicitária, entre outras, encontra-se a argumentação como parte da interação estabelecida pelos interlocutores. Assim, observa-se que o discurso argumentativo está em diferentes situações de comunicação e que a construção do *ethos*, de acordo com Amossy (2018), pode se revelar como um elemento significativo na realização da persuasão a fim de se alcançar o objetivo visado.

Tendo em vista que o discurso argumentativo parte de um enunciador que busca defender um ponto de vista e projeta sua imagem para que seja aceita pelo sujeito interpretante, faz-se relevante o desenvolvimento de uma análise discursiva que busca compreender a configuração do *ethos* como estratégia discursiva. Nesse sentido, propõe-se a análise de estratégias argumentativas relacionadas à construção do *ethos* em discursos que têm como objetivo a empreitada persuasiva. De acordo com Pauliukonis (2003):

Se o *ethos* não se constrói naquilo que o orador transmite, mas na sua maneira de dizer, pois é o modo como se mostra que cria certos efeitos de sentido, pode-se concluir que é o *ethos* o responsável pela criação das imagens do enunciador e é ele que lhe garante sua consequente credibilidade. Ora, sabe-se que o *ethos* possui materialidade linguística, pois se firma em marcas da enunciação, torna-se preciso, portanto, analisar quais são essas marcas que podem identificá-lo no todo discursivo (Pauliukonis, 2003, p. 40-41).

Dessa forma, Pauliukonis (2003) considera que o *ethos* está relacionado à maneira como o enunciador constrói a sua imagem no texto por meio da materialidade linguística. A autora destaca que a persuasão ocorre quando há confiança no que é transmitido, sendo necessário, no entanto, que “essa confiança seja um efeito discursivo e não uma prevenção sobre o caráter do orador ou da Instituição que ele representa” (Pauliukonis, 2003, p. 40). Ressalta-se, também, que o *ethos* se constrói na totalidade das marcas enunciativas.

Destaca-se, ainda, a importância de se analisar o texto verificando tanto a sua seleção lexical na formação de estratégias discursivas quanto a estrutura de organização do discurso. Nessa abordagem, tem-se como base o conceito de modo de organização do discurso, definido na teoria semiolinguística por Charaudeau, para se realizar a análise estrutural. Em relação a esse conceito, Pauliukonis (2012) observa que

A preferência do autor pela expressão modos de organização do discurso, em lugar do termo tipo textual, empregado por alguns teóricos, parece atender prioritariamente à necessidade de se destacar o papel da pessoa do discurso em todos os passos da escolha das categorias da língua e da organização do discurso, e, mais ainda, à relação de dependência de tudo quanto acontece no ato de comunicação aos parceiros desse ato, que são os verdadeiros organizadores de cada “encenação” discursiva (Pauliukonis, 2012, p. 60-61)

Nessa perspectiva, busca-se analisar as estratégias discursivas relacionadas à configuração do *ethos* e do auditório, além da construção estrutural do discurso argumentativo, que é compreendido como uma forma de ação e influência sobre o outro, envolvendo, conseqüentemente, um processo interativo. Para isso, têm-se como base teórica os estudos desenvolvidos por Amossy (2018) e Charaudeau (2010). Propõe-se, então, uma reflexão sobre a importância da análise do discurso argumentativo observando a representação do auditório e do *ethos* como elementos fundamentais na construção da persuasão.

Para o desenvolvimento desse estudo, será analisada a crônica jornalística “Professores: a última trincheira da barbárie”, escrita por Jeferson Tenório na coluna do jornal GZH em 2020, ano em que se vivenciava a pandemia de Covid 19. Assim, verificar-se-á como a construção do *ethos* e do auditório se faz presente no discurso construído em contexto permeado por adversidades sociais provocadas pela situação de saúde que afetou diversas esferas profissionais, inclusive a educacional.

O contrato de comunicação

Segundo Charaudeau e Mingueneau (2018), o contrato de comunicação se define como o conjunto de condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação tanto na sua forma oral quanto escrita. Entende-se que, na relação contratual, os sujeitos no processo de interação estão envolvidos em uma relação intencional que é condicionada tanto por um espaço de restrições quanto por um espaço de estratégias.

Em uma troca linguageira, o contrato de comunicação possibilita que os parceiros envolvidos reconheçam um ao outro com traços identitários que os caracterizam como sujeitos do ato (identidade); reconheçam também o objetivo do ato (finalidade); além de entenderem-se em relação ao que constitui o objeto temático da troca (propósito); e, por fim, considerem o caráter relevante das coerções materiais que são determinantes para esse ato (circunstâncias).

Pauliukonis (2019) destaca que o termo estratégia tem origem na linguagem militar e se relaciona ao melhor caminho para se concretizar algo. Segundo a autora, no contexto militar, esse conceito é usado quando são empregadas técnicas que têm o objetivo de se ganhar uma ou várias batalhas. De forma análoga, na interpretação e na produção de textos, as estratégias discursivas são “os caminhos de que se valeu o autor para se aproximar de seus leitores e conseguir a adesão dos espíritos ao que ele propõe” (Pauliukonis, 2019, p. 244).

A partir dessa reflexão, observa-se como as estratégias, que fazem parte do contrato de comunicação, estão envolvidas no processo de construção e reconstrução de sentido do texto. Tendo em vista tais questões, verifica-se que

Se o texto pretende emocionar, chamar ou prender a atenção, fazer rir ou causar terror, diferentes serão os gêneros textuais e os meios linguísticos empregados; enfim, deve-se tentar descobrir as várias técnicas de comunicação que o sistema linguístico coloca a serviço do enunciador de um texto e que vão ser recuperadas conscientemente ou não pelo leitor, dono da sua gramática textual internalizada (Pauliukonis, 2019, p. 244).

A fim de que seja possível analisar as diferentes estratégias discursivas relacionadas ao *ethos* e ao auditório, é importante abordar os modos de organização do discurso. Esses modos se caracterizam como representações linguageiras das experiências dos indivíduos que fazem parte dos diversos grupos sociais. De acordo com Charaudeau, os procedimentos que consistem em usar determinadas categorias de língua a fim de ordená-las em função das finalidades do ato de comunicação podem ser divididas em quatro modos de organização: o enunciativo, o descritivo, o narrativo e o argumentativo.

Modos de organização do discurso

Considera-se que o sujeito se revela no discurso tanto pela seleção lexical quanto pelo tipo de gênero selecionado para se desenvolver a construção textual. Dessa forma, faz-se necessário, na análise do discurso argumentativo, levar em consideração o que Charaudeau denominou de modos de organização do discurso. Com isso, é possível se observar de forma adequada como que a construção linguística se estrutura em um discurso com finalidade argumentativa e revela a imagem dos sujeitos envolvidos na situação comunicativa.

Para Charaudeau comunicar se configura como um fenômeno mais amplo do que simplesmente transmitir uma mensagem:

“Comunicar” é proceder a uma encenação (*mise-en-scène*). Assim como, na encenação teatral, o diretor de teatro utiliza espaço cênico, os cenários a luz, a sonorização, os comediantes, o texto, para produzir efeitos de sentido visando um público imaginado por ele, o locutor – seja ao falar ou ao escrever – utiliza componentes do dispositivo da comunicação em função dos efeitos que pretende produzir em seu interlocutor (Charaudeau, 2010, p. 68).

De acordo com Charaudeau, os componentes do dispositivo do ato de comunicação são:

1. a **situação de comunicação**, que constitui um enquadre no qual se encontram os parceiros determinados por uma identidade psicológica e social, estando relacionados por um contrato de comunicação;
2. os **modos de organização do discurso**, que formam os princípios de organização da matéria linguística que dependem da finalidade comunicativa do locutor: enunciar, descrever, contar e argumentar;
3. a **língua**, que corresponde ao material verbal estruturado em categorias linguísticas que apresentam uma forma e um sentido;
4. o **texto**, que revela o resultado material do ato de comunicação e que se forma de escolhas conscientes (ou inconscientes) feitas pelo sujeito falante dentre as categorias de língua e os modos de organização do discurso.

Em relação aos modos de organização do discurso, Charaudeau define quatro: o **enunciativo**, o **descritivo**, o **narrativo** e o **argumentativo**. Esses são agrupados como procedimentos que usam determinadas categorias de língua com o objetivo de ordená-las de acordo com as finalidades discursivas do ato de comunicação.

1. O **modo enunciativo** é definido como uma categoria discursiva que aponta para a maneira pela qual o sujeito falante age na encenação do ato de comunicação. Nesse modo “o foco está voltado para os protagonistas, seres de fala, internos à linguagem” (Charaudeau, 2010, p. 81). O modo enunciativo pode ser: alocutivo, elocutivo ou delocutivo.
 - **Alocutivo** – relação de influência do locutor sobre o interlocutor – 2ª pessoas do discurso.
 - **Elocutivo** – relação do locutor consigo mesmo; revela o ponto de vista do locutor em relação ao mundo- 1ª pessoa.
 - **Delocutivo** – relação do locutor com um terceiro; posição em relação a outros discursos – 3ª pessoa do discurso. Está desvinculado do locutor e do interlocutor.
2. O **modo** descritivo tem três tipos de componentes: nomear, localizar-situar e qualificar. Ao nomear, busca-se dar existência a um ser; ao localizar/situar, determina-se o lugar que um ser ocupa no espaço e no tempo, sua posição espaço-temporal; ao qualificar, atribui-se um sentido particular aos seres.
3. O **modo narrativo** envolve o ato de contar como uma atividade linguageira em que o desenvolvimento implica uma série de tensões e até contradições; é definido também como a construção de um universo de representações das ações humanas.
4. O **modo argumentativo** permitir a construção de explicações sobre asserções desenvolvidas acerca do mundo numa dupla perspectiva de razão demonstrativa e razão persuasiva.

O modo argumentativo

Como o foco do presente trabalho é a análise do discurso argumentativo, serão desenvolvidas considerações conceituais acerca do modo argumentativo, tendo como base teórica a semiolinguística, desenvolvida por Patrick Charaudeau. Nessa perspectiva, o modo argumentativo tem como objetivo possibilitar a construção de explicações sobre asserções desenvolvidas em relação ao mundo com uma dupla perspectiva de razão demonstrativa e razão persuasiva. Charaudeau destaca que “à *razão demonstrativa* deve associar-se uma *razão persuasiva*. Esta depende do sujeito que argumenta e da situação em que este se encontra diante do interlocutor (ou do destinatário) a que está ligado por um *contrato de comunicação*” (Charaudeau, 2010, p. 220).

No modo argumentativo, a razão demonstrativa tem como base um mecanismo que procura estabelecer relações de causalidade (relação entre duas ou mais asserções) que se estabelecem por meio de procedimentos que formam o que Charaudeau chama de organização da lógica argumentativa. Já a razão persuasiva se desenvolve a partir de um mecanismo que tem o objetivo de estabelecer a prova com o auxílio de argumentos que justifiquem as propostas a respeito do mundo, e as relações de causalidade que juntam as asserções umas às outras. Segundo Charaudeau “esse mecanismo depende particularmente de *procedimentos de encenação discursiva* do sujeito argumentante, razão pela qual o chamamos – paralelamente aos outros modos de organização do discurso – de *encenação argumentativa*” (Charaudeau, 2010, p. 81).

De acordo com Charaudeau, toda relação argumentativa é formada por pelo menos três elementos: uma asserção de partida (dado, premissa), uma asserção de chegada (conclusão, resultado) e uma (ou mais) asserção de passagem que possibilita a passagem de uma a outra (inferência, prova, argumento). A asserção de partida é caracterizada sob a forma de um enunciado e representa um dado de partida que busca fazer admitir uma outra asserção em relação à qual ela se justifica. A asserção de passagem “representa um universo de crenças sobre a maneira como os fatos se determinam mutuamente na experiência ou no conhecimento de mundo” (Charaudeau, 2010, p. 209). Esse universo de crenças deve ser compartilhado com os interlocutores para que a proposta seja aceita como verdadeira. Por último, a asserção de chegada (A2) “representa o que deve ser aceito em decorrência da asserção de partida (A1) em decorrência da relação que une uma à outra” (Charaudeau, 2010, p. 209). A asserção de chegada pode ser a representação da causa da premissa ou sua consequência e também representa a legitimidade da proposta.

De acordo com Charaudeau, a argumentação é definida numa relação triangular composta por um sujeito argumentante, uma proposta sobre o mundo e um sujeito alvo. Assim, para que se estabeleça argumentação, precisa haver:

- uma proposta sobre o mundo que provoque um questionamento em alguém, quanto à sua legitimidade (um questionamento quanto à legitimidade da proposta).
- um sujeito que se engaje em relação a esse questionamento (convicção) e desenvolva um raciocínio para tentar estabelecer uma verdade (quer seja própria ou universal, que se trate de uma simples aceitabilidade ou de uma legitimidade) quanto a essa proposta.
- um outro sujeito que, relacionado com a mesma proposta, questionamento e verdade, constitui-se no alvo da argumentação. Trata-se da pessoa a que se dirige o sujeito que argumenta (Charaudeau, 2010, p. 205).

Além disso, observa-se que os modos de organização do discurso são agrupados como procedimentos que usam determinadas categorias de língua com o objetivo de ordená-las conforme as finalidades discursivas do ato de comunicação. Por isso, faz-se necessário considerar a construção do discurso observando a forma como ele se estrutura. Além disso, deve-se considerar que um discurso pode ser formado por mais de um modo de organização, no entanto, em uma análise, é necessário identificar aquele que predomina.

A representação do auditório no discurso

A partir da concepção teórica da Nova Retórica de Chaïm Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca (2005), Amossy destaca a importância da instância de recepção na troca argumentativa. Nesse sentido, coloca-se como ponto fundamental, na teoria da argumentação, a relação estabelecida entre o orador e o seu auditório.

De acordo com Amossy, a Nova Retórica evidencia como o público visado modela o discurso, porém ressalta a necessidade de se estabelecer uma perspectiva linguística para que seja possível se desenvolver uma análise concreta de um *corpus*. Torna-se necessário, então, “saber não somente com que tipo de auditório o orador se relaciona, mas também de que maneira a imagem do auditório construída pelo orador se inscreve na materialidade da troca verbal” (Amossy, 2018, p. 51). A especialista observa, ainda, que

As posições de Perelman sobre o auditório insistem sobre a dimensão comunicacional de uma troca fundamentada na *doxa*, mas elas não se preocupam com sua inscrição na materialidade do discurso, isto é, de que maneira a imagem que o orador faz de seu auditório se traduz concretamente na fala (Amossy, 2018, p. 56).

Destaca-se que o auditório deve ser entendido como o público que o orador tem como objetivo influenciar com seu discurso argumentativo, tanto na esfera escrita quanto oral. Assim o auditório “constitui uma entidade variável que o locutor determina quando escolhe, por alvo sua empreitada, a persuasão de um indivíduo, de um grupo ou de um público vasto” (Amossy, 2018, p. 52). Nessa ótica, nota-se que o auditório pode ser formado tanto por um grupo variado de indivíduos quanto por uma pessoa, estando presente, face a face, ou ausente.

Desse modo, considera-se que, para se configurar como parte do dispositivo argumentativo, o auditório não precisa intervir concretamente na interação discursiva, uma vez que o discurso argumentativo é sempre dialógico, porém nem sempre dialogal, pois o discurso dialógico é aquele construído sendo endereçado a outro e leva em conta sua fala, mas não consiste necessariamente num diálogo efetivo. Segundo Amossy:

No quadro da análise argumentativa, é preciso destacar que a natureza e o estatuto do auditório modificam profundamente a dinâmica da argumentação. Suas modalidades são diferentes se o público ao qual se dirige não tem direito de resposta ou, ao contrário, se for a um interlocutor singular que se mostra parceiro ativo da troca (Amossy, 2018, p. 54).

Assim, entende-se que a adaptação ao auditório é uma condição fundamental para que se alcance o objetivo da troca discursiva. Além disso, é essencial ressaltar que a opinião do auditório também é um ponto necessário a ser considerado para que se obtenha a eficácia discursiva. Consequentemente, há a centralidade da *doxa* ou opinião comum nos discursos em que se faz presente a visada persuasiva. Com base na concepção dos lugares-comuns abordados por Aristóteles, encontra-se, na Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), uma ampliação da importância dessa questão ao se colocar em evidência a base dóxica do discurso argumentativo.

Considerando o conjunto de juízos, opiniões, crenças, valores, ou seja, a *doxa*, é possível que o orador tenha conhecimento sobre as premissas já aprovadas pelo auditório e consiga atingir a sua adesão com sucesso. Observa-se, então, que “o auditório possui um papel capital na medida em que ele define o conjunto das opiniões, das crenças e dos esquemas de pensamento no qual a fala, que visa a levar à adesão, pode se apoiar” (Amossy, 2018, p. 54).

Ademais, não se pode ignorar que, de acordo com a nova retórica, o auditório é uma construção do orador, pois este precisa elaborar uma imagem de seu público-alvo tendo como referência a sua formação cultural para que consiga aproximar o auditório do seu ponto de vista. No entanto, destaca-se que a imagem do auditório construída pelo orador não deve ser confundida com sua realidade empírica, pois, a interação discursiva será influenciada pela imagem esquemática que o locutor faz de seu interlocutor, e não a sua presença real. Amossy observa, com base nos estudos de Perelman, que o auditório se configura como uma ficção verbal.

Ele constitui uma ficção não somente porque é construído pelo orador – e, portanto, provém, pelo menos parcialmente, de seu imaginário –, mas também porque ele não se confunde com o público empírico. A imagem que o orador projeta de seu alocutário permanece, de fato, distinta da realidade concreta e imediata (Amossy, 2018, p. 55).

Cabe salientar, entretanto, que a imagem do auditório construída pelo orador não pode ser muito distante da realidade do auditório para que a eficácia da argumentação não seja prejudicada. Se a imagem do auditório se mostra inadequada, compromete-se a empreitada persuasiva, uma vez que será difícil estabelecer pontos de acordo e conquistar a adesão do público.

Amossy destaca também a importância das representações coletivas compartilhadas socialmente que se apresentam nos discursos argumentativos, pois a imagem que o locutor faz de seus alocutários depende da ideia que se tem do grupo ao qual eles estão inseridos. Tal fato ocorre, pois se entende que uma pessoa ou um grupo pode ser identificado e analisado a partir de um modelo pré-construído. Nesse sentido, o estereótipo é definido por Amossy como uma imagem coletiva fixa a qual pode ser descrita com um conjunto de predicados relacionados a um tema. A especialista considera que o “estereótipo é, por definição, dóxico. O estereótipo é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo fixo” (Amossy, 2018, p. 59).

Nessa perspectiva, entende-se que, no processo de interação discursiva com empreitada persuasiva, o auditório pode ser construído tanto pelo imaginário do locutor, que se refere às representações que se têm do outro, quanto por um processo de estereotipagem. Segundo Amossy:

O locutor tem de seu parceiro uma imagem simplificada que ele esquematiza levando em conta os objetivos e as necessidades da troca. Essa imagem remete ora àquela do grupo do qual o interlocutor participa, ora à imagem prévia que circula na opinião pública ou na comunidade da qual os parceiros da interação são membros (Amossy, 2018, p. 60).

Para Amossy, “a imagem do alocutário projetada pelo discurso constitui em si uma estratégia” (Amossy, 2018, p. 77). Ao construir o seu discurso com intenção persuasiva, o orador elabora a imagem do auditório na qual este possa se reconhecer. Assim, ele busca influenciar o comportamento e as opiniões mostrando ao auditório uma imagem em que ele se contemple, o que pode favorecer a empreitada persuasiva, pois torna mais fácil que se estabeleçam pontos de acordo.

Dessa forma, a construção do auditório se configura como uma estratégia argumentativa, uma vez que leva o auditório a se reconhecer e a se identificar com uma imagem para que possa aderir a uma tese. Verifica-se, então, que essa estratégia “pretende influenciar propondo ao parceiro aderir à imagem de sua própria pessoa que lhe é proposta” (Amossy, 2018, p. 78).

Amossy apresenta uma contribuição significativa para análise do discurso argumentativo ao observar que as considerações teóricas de Perelman em relação ao auditório têm como base a dimensão comunicacional de uma troca a partir da *doxa*, porém, de acordo com a especialista, não há uma preocupação com a materialidade do discurso. Por isso, busca-se analisar como a construção verbal do discurso argumentativo revela a imagem que o orador faz de seu auditório. Para essa análise, consideram-se abordagens retóricas e linguísticas que contemplam a construção do auditório no discurso.

Amossy (2018) destaca que, na lógica natural de Grize, encontra-se a questão de como a representação social do auditório e sua inscrição no discurso se relacionam. Nota-se que, a “exemplo de Perelman, Grize parte da ideia de que, para ter um discurso sobre um tema dado, deve-se também construir uma representação daquele ao qual nos dirigimos e imaginar a maneira pela qual ele percebe e compreende o tema tratado” (Amossy, 2018, p. 55-56). Para Grize, a representação que o orador faz de seu público deve considerar os seus conhecimentos prévios; o seu nível de língua; e seus valores. De acordo com Amossy:

Não é suficiente, entretanto, coletar dados estatísticos para compreender a imagem do alocutário que modela a empreitada da persuasão. É no texto que ela se deixa plenamente apreender: a representação que o locutor tem de seu público não pode ser percebida fora do discurso no qual se inscreve. É somente quando se materializa na troca verbal que ela toma consciência e pode ser relacionada a dados ou a imagens exteriores preexistentes (Amossy, 2018, p. 57).

Grize identifica como esquematização o processo de discursivização em que a imagem do auditório é concretizada no texto. Amossy destaca que esse termo se refere ao “processo ao longo do qual o locutor ativa uma parte das propriedades que deveriam definir o alocutário para produzir uma imagem coerente que responda às necessidades da interação” (Amossy, 2018, p. 58). Dessa forma, a representação que o orador cria do seu auditório se inscreve na materialidade do discurso, concretizando-se no próprio texto.

Amossy define quatro índices de alocação, ou seja, marcas linguísticas que revelam a concretização da imagem do alocutário. Assim, classificam-se os índices de alocação que designam o auditório:

1. **Designações nominais explícitas**

Nomes próprios ou vocativos que permitem definir o alocutário com precisão. O vocativo pode ser uma designação neutra (minhas senhoras, caros colegas) ou até uma imagem orientada (juventude heroica, povo guerreiro).

2. **Descrições do auditório**

Designações nominais podem desenvolver descrições com uma extensão mais ou menos considerável configurando descrições. Geralmente, referem-se à segunda pessoa do singular.

3. **Pronomes pessoais**

Trata-se principalmente dos pronomes das segundas pessoas do singular e do plural. Acrescentam-se também o “nós”, que engloba o locutor, e o “você/vocês”. Amossy coloca que o auditório visado pode, ainda, ser interpelado com o uso da terceira pessoa. Sendo assim,

É somente no contexto, entretanto, que é possível ver em que medida o “ele” não é uma não pessoa (segundo Benveniste) excluída da comunicação, mas o substituto de um “você”. Em todos os casos, o uso da terceira pessoa para designar o auditório constitui um efeito de indireção, que pode depender do que Kerbrat-Orecchioni denomina “tropo comunicacional”: fala-se para alguém fingindo dirigir-se a outro (Amossy, 2018, p. 61).

4. Evidências compartilhadas

De acordo com Amossy, “mesmo que não seja objeto de designação explícita, o auditório é designado silenciosamente pelas crenças, opiniões, valores que o discurso lhe atribui explícita ou implicitamente” (Amossy, 2018, p. 62). Nos discursos em que os índices de alocação tangíveis (designações e pronomes pessoais) estão ausentes, o único meio para o analista reconstruir o alocutário é descobrir as evidências com as quais ele deveria concordar. É importante ressaltar que o texto pode omitir toda menção ao destinatário, mas ele não pode omitir a inscrição silenciosa dos valores e das crenças a partir das quais busca estabelecer comunicação. Para Amossy:

Essa camada do implícito, que se inscreve ora nas pressuposições, ora nos *topoi* e nas ideias preconcebidas que estão subentendidos nos enunciados, necessita de uma análise autônoma, análise do *logos* argumentativo (...). Na estrita perspectiva de um estudo do auditório, entretanto, a análise permite principalmente descobrir a imagem que o orador forma de seu público (Amossy, 2018, p. 62).

Verifica-se, portanto, que os índices de alocação se apresentam como elementos significativos na análise da argumentação por possibilitar a identificação linguística da representação do auditório. Dessa forma, os elementos discursivos que possibilitam a construção do auditório revelam a materialidade languageira da estratégia persuasiva.

O *ethos* na construção do discurso

Considera-se que, ao desenvolver seu discurso, o orador além de construir a imagem do auditório, deve também adequar-se aos alocutários tendo em vista as possíveis ideias que concebem de si mesmo. Assim, torna-se relevante analisar a construção do *ethos* no discurso argumentativo. Segundo Amossy,

A importância atribuída à pessoa do orador na argumentação é ponto essencial nas retóricas antigas, que chamam *ethos* a imagem que o orador constrói de si em seu discurso, com o objetivo de contribuir para a eficácia de seu dizer (Amossy, 2018, p. 79).

Na retórica clássica, *ethos* era considerado como parte de provas que constituem o discurso persuasivo. Para Aristóteles, *ethos* refere-se à imagem de si que o orador constrói em seu discurso para agir sobre o seu auditório. Na perspectiva aristotélica, a construção do *ethos* se fundamenta em três fatores: a prudência (*phronesis*), a virtude (*arete*) e a benevolência (*eunoia*).

Cabe ressaltar que o *ethos* não é concebido por Aristóteles relacionado apenas aos valores morais do orador, pois se considera também a sua capacidade intelectual, uma vez que “é a aliança do intelecto e da virtude que permite tornar o orador digno de confiança” (Amossy, 2018, p. 81). Por isso, o aspecto moral e o estratégico se tornam indissociáveis na construção da imagem que é feita pelo orador de si mesmo em seu discurso.

Amossy (2018) observa que, na tradição da Grécia Antiga, diferentemente da concepção de Aristóteles, o orador Isócrates (436-338 a.C) apresenta uma concepção de *ethos* mais pautada no que o orador é fora do discurso, considerando como essencial as suas virtudes morais apresentadas na vida em sociedade. Assim, a moralidade se revela como um fator fundamental para se definir um bom orador e este ser capaz de conduzir o seu discurso.

Entre os romanos, Amossy (2018) destaca o filósofo Cícero. Para ele, na concepção de *ethos*, prevalece o que o orador demonstra em sua vivência pessoal em relação às suas virtudes, destacando-se também a moralidade. Nesse sentido, o *ethos* se revela como um fator preexistente ao discurso e que deve ser considerado pelo auditório. Desse modo, nota-se que:

Na *Retórica* de Aristóteles, enquanto *ethos* é essencialmente uma questão sobre a maneira como o orador se apresenta em sua fala, em Isócrates é a reputação prévia, é o ‘nome’ do orador que conta. Não se trata da maneira como ele se dá a ver em seu discurso, mas daquilo que já se sabe dele. Além disso, Isócrates insiste no que o orador é (...) A preocupação com a moralidade é igualmente desenvolvida em Cícero, que define o bom orador como *vir boni dicendi peritus*, um homem que une ao caráter moral a capacidade de conduzir o verbo. Quintiliano considerará que o argumento desenvolvido pela vida de um homem tem mais peso do que aquele que suas palavras podem fornecer (...) (Amossy, 2018, p. 81-82).

Nas ciências contemporâneas da linguagem, Amossy destaca que se tem privilegiado uma concepção de *ethos* estabelecida nos limites do discurso. Tal perspectiva tem como referência a visão de Aristóteles. Nos estudos contemporâneos, o *ethos* se relaciona à ideia de enunciação contemplada por Benveniste “como o ato pelo qual um locutor mobiliza a língua, a faz funcionar por um ato de utilização” (Amossy, 2018, p. 83). Dessa forma, por meio da enunciação o locutor recorre a diferentes estratégias linguísticas para projetar a sua imagem no discurso durante o processo de comunicação.

Com isso, dá-se mais importância às modalidades, a partir das quais a subjetividade é construída na língua, e à apresentação do locutor em seu discurso. Sendo assim, a interlocução passa a fazer parte do centro da análise. De acordo com Amossy, “A imagem de si é, assim, apreendida por meio das marcas verbais que a constroem e a propõem ao parceiro da interlocução. A linguística da enunciação fornece uma primeira ancoragem linguística à análise do *ethos* aristotélico” (Amossy, 2018, p. 84).

Amossy ressalta que Benveniste não retomou o termo *ethos*. O reemprego do termo *ethos* inicialmente foi feito por Ducrot (*apud* Amossy, 2018, p. 84), que faz referência direta a Aristóteles em sua teoria de pragmática semântica. De acordo com Ducrot não se deve confundir o sujeito empírico com o sujeito discursivo. Portanto “é preciso diferenciar, no interior do discurso, o locutor (L) do enunciador (E) que está na origem das posições expressas no discurso e assume a responsabilidade por ele” (Amossy, 2018, p. 84-85). Além disso, Ducrot coloca em questão o sujeito falante, dividido em ser empírico, locutor e enunciador. Cabe ressaltar que tanto na teoria de Benveniste quanto na de Ducrot, há a ideia de fala com o objetivo de influenciar o outro, mas o *ethos* não é privilegiado nos estudos como prova de persuasão.

Para Maingueneau (2001), a concepção de *ethos* está relacionada ao modo como o locutor desenvolve a sua imagem no discurso. Ele retoma a ideia de quadro figurativo, de acordo com Benveniste, e de *ethos*, com base em Ducrot. Desse modo, *ethos* não está relacionado ao que o sujeito representa no mundo real, e sim ao papel que desempenha em seu discurso. O linguista considera que a instância em que o tom de uma enunciação se inscreve não coincide com o autor efetivo da obra, pois se refere à representação do enunciador que é elaborada pelo coenunciador com base em vários índices presentes no texto. Para Maingueneau, “essa representação desempenha o papel de um fiador que se encarrega da responsabilidade de um enunciado” (Maingueneau, 2001, p. 139).

Nota-se que “a imagem de si do locutor se constrói, assim, em função das exigências de diversos quadros, que o discurso deve integrar harmoniosamente” (Amossy, 2018, p. 86). Além disso, Maingueneau (*apud* Amossy, 2018), pontua que o sujeito se apresenta no discurso tanto por meio de elementos linguísticos que revelam subjetividade, quanto pela seleção do gênero em que se desenvolverá o discurso. A partir disso, observa que:

Assim, a inscrição do sujeito no discurso não se efetua somente por meio dos embreantes e dos traços da subjetividade na linguagem (modalizadores, verbos e adjetivos axiológicos etc.). Isso se faz também pela ativação de um tipo de gênero de discurso nos quais o locutor ocupa uma posição antecipadamente definida, e pela seleção de um roteiro familiar que serve como modelo para a relação com o alocutário (Amossy, 2018, p. 86).

Para Amossy, em uma análise argumentativa, ao invés de nos questionarmos se a persuasão se relaciona à posição do orador fora do discurso ou à sua representação construída no próprio discurso, “parece mais profícuo ver como o discurso constrói um *ethos* que se funda em dados pré-discursivos diversos” (Amossy, 2018, p. 89). A especialista considera que a imagem construída pelo locutor faz parte da força ilocutória. Em seus estudos, para contemplar a noção de *ethos* na análise do discurso, há duas concepções distintas do termo que se refere à imagem do locutor: o *ethos* discursivo e o *ethos* prévio ou pré-discursivo.

O *ethos* discursivo está relacionado à imagem que o locutor constrói de si mesmo em seu discurso. Assim, entende-se que é “a imagem que o locutor constrói, deliberadamente ou não, em seu discurso, que constitui um componente da força ilocutória” (Amossy, 2018, p. 89). O *ethos* prévio refere-se à imagem desenvolvida a partir de elementos preexistentes que incluem, por exemplo, a ideia que o público faz dele antes da construção do discurso. Segundo Amossy,

Portanto, chamar-se-á de *ethos prévio* ou imagem prévia – em oposição a *ethos* simplesmente (ou a *ethos* oratório, que é plenamente discursivo) – a imagem que o auditório pode fazer do locutor antes que ele tome a palavra. Essa representação, necessariamente esquemática, é modulada pelo discurso de diversas maneiras. (Amossy, 2018, p. 90).

Considera-se, na concepção de *ethos* prévio, o papel exercido pelo orador nas suas relações sociais e a representação coletiva ou estereótipo que se estabelece em sua pessoa. Amossy pontua que o *ethos* prévio “precede à tomada de palavra e a condiciona parcialmente. Ao mesmo tempo deixa no discurso traços tangíveis que podem ser identificados, ora nas marcas linguísticas, ora na situação de enunciação que está na base da troca” (Amossy, 2018, p. 90).

Com isso, nota-se que a imagem do locutor está envolvida pelos modelos culturais. Sendo assim, Amossy destaca a necessidade de se considerar:

A imagem que se faz da categoria social, profissional, étnica, nacional etc. do locutor;

a imagem singular de um indivíduo que circula no momento da troca argumentativa;

a possibilidade de imagens diferentes, até mesmo antagônicas, do mesmo locutor, segundo o auditório visado (Amossy, 2018, p. 92).

No entanto, Amossy lembra que se a representação preexistente do locutor for desfavorável e inadequada às circunstâncias nas quais ele se encontra, deverá modulá-la ou reorientá-la, pois, do contrário, o orador correrá o risco de não alcançar seus objetivos persuasivos. Nesse sentido, “uma análise das imagens de si no discurso, acompanhada de um conhecimento da situação de enunciação e da representação prévia do orador, permite ver como se estabelece um *ethos* que deve contribuir para o caráter persuasivo da argumentação” (Amossy, 2018, p. 93). Assim, a encenação verbal se manifesta como uma forma de o orador evidenciar ou corrigir características que lhe são atribuídas, para que seja possível realizar a persuasão com eficácia.

Análise discursiva do corpus

A partir da leitura do texto a seguir, escrito por Jeferson Tenório no jornal GZH, em 2020, período em que ocorreu a pandemia de Covid 19, propõe-se uma análise do discurso argumentativo contemplando as concepções teóricas apresentadas nas abordagens de Ruth Amossy e Patrick Charaudeau. Busca-se, nesta análise, entender a estrutura argumentativa do texto e verificar as marcas linguísticas que fazem referência aos sujeitos envolvidos no ato de comunicação.

Professores: a última trincheira contra a barbárie

Esta coluna é um agradecimento a todos os professores que não abandonaram o barco, mesmo com seus salários parcelados, mesmo acossados pela covid

A vida de qualquer professor deveria virar um filme. As experiências de um professor são um patrimônio intelectual, social e estético. É pelos olhos do professor que as falhas sociais se apresentam. A sala de aula é uma imitação do mundo. Quando a sociedade vai mal é no microcosmo do ambiente escolar que ela se revela. Talvez vocês não saibam disso: mas são os professores que impedem que a sociedade naufrague.

Às vezes, impressiona-me a força desses profissionais. Impressiona-me vê-los enfrentando as acusações infundadas e fascistas de promover doutrinações ideológicas, ou ainda as humilhações em ambientes insalubres das escolas públicas e o deboche de governos sobre o piso salarial.

Com a pandemia, fomos empurrados para a frente do computador. Fomos mais uma vez para o front. Tivemos de lidar com as limitações impostas pela distância. Trouxemos a sala de aula para dentro de casa.

O trabalho dobrou. E entre cuidar dos filhos, plataformas, fazer a janta, planilhas, notas, conselhos de classe, aplicativos para baixar, fazer o súper, correção de trabalhos e limpar a casa chegamos exaustos ao fim de 2020. Enfrentamos as câmeras desligadas e as telas sem rostos. O silêncio dos alunos. Diante da tela, buscamos estabelecer um vínculo mais humano com aquele aluno sonolento e sumido, talvez abatido pela situação pandêmica, talvez por não conseguir ter acesso à internet. Mas nós, professores, estávamos lá. Sempre estivemos.

Os professores são a última trincheira contra uma sociedade inculta e bárbara. Quando um professor desiste, todos perdem. Esta coluna é um agradecimento a todos os professores que não abandonaram o barco, mesmo com seus salários parcelados, mesmo acossados pela covid, mesmo desamparados pelo Estado, deixados à deriva por um Ministério da Educação que sequer apresentou um plano diante da pandemia.

Obrigado a todos os professores que mesmo em seus momentos de descanso ainda podem ouvir um “ei, sor” (Tenório, 2020, s.p.).

No texto analisado, nota-se, que o discurso argumentativo expresso pelo locutor é desenvolvido a partir da relação triangular definida por Charaudeau. Essa é composta por um sujeito argumentante (o professor Jeferson Tenório); uma proposta sobre o mundo (“Talvez vocês não saibam disso: mas são os professores que impedem que a sociedade naufrague”); e um sujeito alvo (os professores e os leitores da coluna do jornal).

Considerando que, para Charaudeau, a lógica argumentativa é formada por três elementos: “uma *asserção de partida* (dado ou premissa), uma *asserção de chegada* (conclusão, resultado), e uma (ou várias) *asserção de passagem* que permite passar de uma a outra (interferência, prova, argumento)” (Charaudeau, 2010, p. 209), é possível verificar que a crônica argumentativa analisada se estrutura mantendo essa organização discursiva.

Desse modo, na relação argumentativa, pode-se identificar que o enunciado “mas são os professores que impedem que a sociedade naufrague” (Tenório, 2020) se configura como uma asserção de partida, uma vez que “representa um dado de partida destinado a fazer admitir uma asserção em relação à qual ela se justifica” (Charaudeau, 2010, p. 205). Para defender a sua tese presente na proposta sobre o mundo, o enunciador apresenta diferentes asserções de passagem, ou seja, asserções que justificam a relação de causalidade entre a asserção de partida e a asserção de chegada.

A primeira asserção de passagem é identificada em “Às vezes, impressiona-me a força desses profissionais” (Tenório, 2020), em que se evidencia a “força” como uma característica marcante dos professores. Outra asserção de passagem está presente no trecho “Com a pandemia, fomos empurrados para a frente do computador” (Tenório, 2020) e “E entre cuidar dos filhos, plataformas, fazer a janta, planilhas, notas, conselhos de classe, aplicativos para baixar, fazer o súper, correção de trabalhos e limpar a casa chegamos exaustos ao fim de 2020” (Tenório, 2020), pois também ratificam a capacidade do professor de se manter forte diante das adversidades vivenciadas no período de pandemia.

Para se compreender a construção das estratégias discursivas que envolvem o *ethos* e o auditório, é importante considerar as características que se relacionam à identidade social do autor, pois, assim, é possível ter um melhor entendimento das questões abordadas no discurso. Jeferson Tenório nasceu no Rio de Janeiro, é escritor e professor há mais de 20 anos. Ele é formado em Letras e, além de exercer a função no magistério e de escrever em colunas de jornais, atua como escritor romancista.

Com isso, é possível traçar o *ethos* prévio do escritor que dedica o seu texto em forma de agradecimento aos professores que trabalharam durante a pandemia. Considera-se que Jeferson Tenório é alguém com legitimidade para abordar os desafios enfrentados pelo magistério, uma vez que é um professor que vivencia essa experiência. Dessa forma, o leitor pode esperar um locutor que demonstra conhecimento amplo do que será discutido e revela-se como um professor que entende a vivência dos demais. Segundo Amossy:

O *ethos prévio* é elaborado com base no papel que o orador exerce no espaço social (suas funções institucionais, seu status e seu poder), mas também com base na representação coletiva ou no estereótipo que circula sobre sua pessoa (Amossy, 2018, p. 90).

O agradecimento aos professores, já indicado no início do texto, é seguido por dois parágrafos escritos em terceira pessoa, o que configura o uso do modo delocutivo abordado por Charaudeau. Isso revela certo distanciamento inicial do locutor em relação aos seus interlocutores, o que pode ter sido construído com a intencionalidade de se mostrar imparcial na caracterização e enaltecimento da capacidade dos professores de se colocarem diante dos desafios sociais, como pode ser visto em: “É pelos olhos do professor que as falhas sociais se apresentam. A sala de aula é uma imitação do mundo. Quando a sociedade vai mal é no microcosmo do ambiente escolar que ela se revela” (Tenório, 2020).

Assim, com o uso da terceira pessoa, aparentemente se apaga a imagem do orador, no entanto esse índice de alocação usado no texto para designar o auditório permite que o orador reforce a sua argumentação de forma impessoal. Além disso, é possível que ele busque ter mais credibilidade em suas considerações por não se posicionar de forma pessoal. Diante de tais questões, observa-se o uso da terceira pessoa em “Os professores são a última trincheira contra uma sociedade inculta e bárbara” (Tenório, 2020), em que o orador se refere aos professores sem se colocar no discurso.

O segundo parágrafo apresenta verbos na terceira pessoa, no entanto, há o uso do pronome “me” revelando como o locutor se sente sensibilizado diante da força dos professores e das adversidades que estes enfrentam pior causa da desvalorização da sua categoria ou pelas condições precárias de trabalho. O uso do verbo “impressionar” com pronome de primeira pessoa (me) revela o impacto que as informações relatadas causam no sujeito. Assim, projeta-se, no discurso, um *ethos* de sujeito impactado, sensibilizado pela situação vivenciada pelo auditório, ou seja, pelos professores.

Sabendo da condição de professor do locutor, entende-se que este não só observa a situação do magistério que é relatada, mas também as vivencia. Por isso, torna-se tão relevante a construção do verbo com o pronome, considerando também o valor semântico da forma verbal, que pode ser relacionado a comover ou receber impressão psicológica.

Às vezes, **impressiona-me** a força desses profissionais. **Impressiona-me** vê-los enfrentando as acusações infundadas e fascistas de promoverem doutrinações ideológicas, ou ainda as humilhações em ambientes insalubres das escolas públicas e o deboche de governos sobre o piso salarial (Tenório, 2020, s.p.).

Nota-se, no trecho anterior, a repetição da estrutura verbal “impressiona-me”. Isso se torna significativo na argumentação, uma vez que ressalta o impacto sentido pelo locutor e pode levar o auditório a também se sensibilizar com o que é exposto, ou seja, é possível que o interlocutor se sinta comovido diante do reforço semântico provocado pela repetição de um verbo que se refere à emoção, pois denota comoção.

No terceiro parágrafo, há a presença do modo elocutivo, que revela o ponto de vista do locutor em relação ao mundo. As formas verbais em primeira pessoa do discurso revelam essa modalidade do sujeito na enunciação.

Com a pandemia, **fomos** empurrados para a frente do computador. **Fomos** mais uma vez para o front. **Tivemos** de lidar com as limitações impostas pela distância. **Trouxemos** a sala de aula para dentro de casa (...) Mas **nós**, professores, **estávamos** lá. Sempre **estivemos** (Tenório, 2020, s.p.).

Além disso, o uso da primeira pessoa do plural se revela como um índice de alocação, que mostra a concretização da imagem do alocutário no discurso. De acordo com Amossy, o uso do “nós” “possui a vantagem de englobar o locutor” (Amossy, 2018, p. 61). Em relação ao uso da primeira pessoa do singular ou do plural, cabe destacar que “uma análise dos pronomes pessoais permite, assim, envolver o auditório, definido como o conjunto daqueles que queremos persuadir, tanto sob a forma de um ‘você’ e de um ‘vocês’, quanto de um ‘nós’” (Amossy, 2018, p. 61).

A representação do locutor, consequentemente de seu *ethos* discursivo, e do alocutário é evidenciada no discurso em “Mas nós, professores, estávamos”, com o uso não só do pronome “nós” e da desinência verbal de primeira pessoa do plural (-mos), mas também do aposto “professor”, que se configura como um índice de alocação classificado por Amossy como designação nominal explícita. Nesse trecho, o apostro se caracteriza como elemento importante na configuração dos sujeitos do discurso, reforçando o caráter persuasivo por legitimar a fala do locutor diante do alocutário.

O pronome “você” revela uma marca de referência direta ao auditório. Tal questão pode ser observada em “Talvez vocês não saibam disso: mas são os professores que impedem que a sociedade naufrague”. Nesse trecho, o uso do pronome “você” referência ao auditório que não exerce a profissão de professor, levando-o a refletir sobre a importância desses profissionais destacadas na oração iniciada pela conjunção “mas”.

A descrição do auditório se apresenta como um índice de alocação que reforça, na crônica analisada, os impactos da pandemia na condição física dos professores. Ao descrevê-los como “exaustos”, ressalta-se a condição limite à qual os professores chegaram depois de trabalharem durante o período de pandemia. A construção desse índice é destacado no trecho “E entre cuidar dos filhos, plataformas, fazer a janta, planilhas, notas, conselhos de classe, aplicativos para baixar, fazer o súper, correção de trabalhos e limpar a casa chegamos exaustos ao fim de 2020” (Tenório, 2020).

Pode-se considerar, também, a expressão “sor”, forma abreviada da palavra professor, como um índice de alocação, pois se refere ao auditório identificando-o. Nota-se que essa abreviação revela carinho na forma como os alunos se referem aos professores, o que configura a imagem de um auditório cuja profissão envolve uma interação afetiva: “Obrigado a todos os professores que mesmo em seus momentos de descanso ainda podem ouvir um ‘ei, sor’”.

Destaca-se, ainda, a seleção lexical, que faz referência direta ou indireta a um contexto de guerra relacionado metaforicamente à situação pandêmica, que afetou as diferentes relações e funções sociais, inclusive as relacionadas aos professores. Ressaltam-se, nesse viés, os vocábulos: “trincheira”, “barbárie”, “naufrague”, “front”, “Enfrentamos” e “bárbara”. Essas palavras corroboram com a configuração do índice de alocação construído com a inscrição dos valores e das crenças a partir das quais se estabelece a comunicação, pois destacam aspectos negativos gerados pela ideia compartilhada socialmente referente às consequências da guerra.

Há, ainda, as expressões “abandonaram o barco” e “deixados à deriva”, que expressam a resistência e permanência dos professores apesar das adversidades enfrentadas ao lecionar no contexto pandêmico de 2020.

Observa-se, então, que a seleção lexical e o uso de determinadas expressões reforçam a argumentação desenvolvida, uma vez que criam, ao longo do discurso, o sentido construído mantendo o mesmo valor semântico. Essa construção se caracteriza como um índice de alocação que revela evidências compartilhadas tanto pelo enunciador quanto pelo auditório. Assim, o auditório é designado silenciosamente pelas crenças, opiniões, valores que o discurso lhe atribui explicita ou implicitamente.

Considerações finais

A partir da análise do texto selecionado, foi possível identificar como ocorre a materialização verbal do auditório e do *ethos* configurando-se como estratégia de persuasão. Verificou-se que algumas marcas linguísticas conseguem exercer a função de índices de alocação na designação do auditório de forma direta ou indireta. Com isso, observou-se como se realizam as representações dos sujeitos envolvidos no processo de interação verbal para se atingir o efeito persuasivo visado no discurso.

Inicialmente, cabe pontuar que a estrutura do discurso e a seleção lexical constituem estratégias significativas na construção de sentido do texto, com o objetivo de conduzir o olhar do leitor a aceitar a tese defendida. Por isso, compreende-se que é relevante o desenvolvimento de uma análise macro e microtextual para se entender a construção do discurso de forma ampla.

Além disso, entende-se que as evidências compartilhadas pelos sujeitos do discurso se apresentam como índices de alocação importantes em contextos específicos como o momento da pandemia de covid-19. Durante esse período, professores e alunos tiveram a sua rotina afetada e adaptada para que fosse possível dar continuidade às aulas. Como professor que atuava em sala de aula e compreende a situação dos profissionais da educação que vivenciaram a pandemia, Jeferson Tenório constrói seu *ethos* ao longo do texto sem deixar de ressaltar também o seu auditório, formado principalmente pela figura do professor.

Entende-se, portanto, que a construção do auditório e a representação do *ethos* configuram-se como estratégias discursivas que corroboram com o efeito visado da argumentação. Tendo isso em vista, estudos como este se mostram relevantes a fim de que se identifiquem novas marcas linguísticas que inscrevam os sujeitos no discurso de forma significativa.

Referências

- AMOSSY, Ruth. *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto, 2018.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Editora Contexto, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2018.
- MAINGUENEAU, Dominique. *O contexto da obra literária: Enunciação, escritor, sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino. Marcas discursivas do enunciador midiático: casos de modalização autonímica. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; GAVAZZI, Sigrid. (org.). *Texto e discurso: mídia, literatura e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003. p. 38-50.
- PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; GOUVÊA, Lúcia Helena Martins. Texto como discurso: uma visão semiolinguística. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*, v. 8, n. 1, p. 49-70, jan.-jun.2012.
- PAULIUKONIS, Maria Aparecida. Lino. Texto e contexto. In: VIEIRA, Silvia Rodrigues; BRANDÃO, Silvia Figueredo (org.). *Ensino de gramática: descrição e uso*. São Paulo: Contexto, 2019. p. 239-258.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da Argumentação – A Nova Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- TENÓRIO, Jeferson. Professores: a última trincheira contra a barbárie. *GZH*, 22 dez. 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/jeferson-tenorio/noticia/2020/12/professores-a-ultima-trincheira-contra-a-barbarie-ckj0hh86u0003019w09ct3rfk.html>. Acesso em 13 ago. 2025.