

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” -
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN

Karen Taynara Parreira de Matos

Ethos discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e uma visão de “língua e
elegância”

BAURU
2025

Karen Taynara Parreira de Matos

Ethos discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e uma visão de “língua e elegância”

Artigo (originado de Pesquisa de Iniciação Científica) apresentado como trabalho de conclusão de curso (TCC) ao Departamento de Relações Públicas (DARP) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design no Campus de Bauru, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de **Bacharel em Relações Públicas** sob a orientação da Prof. Dra. **Érika de Moraes**.

BAURU
2025

M433e Matos, Karen Taynara Parreira de
Ethos Discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e
uma visão de "língua" e "elegância" / Karen Taynara
Parreira de Matos. -- Bauru, 2025
15 p.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado -
Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista
(UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação
e Design, Bauru
Orientadora: Érika de Moraes

1. Análise do Discurso. I. Título.

Karen Taynara Parreira de Matos

Ethos discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e uma visão de “língua e elegância”

Artigo (originado de Pesquisa de Iniciação Científica) apresentado como trabalho de conclusão de curso (TCC) ao Departamento de Relações Públicas (DARP) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design no Campus de Bauru, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de **Bacharel em Relações Públicas** sob a orientação da Prof. Dra. **Érika de Moraes**.

Bauru, 01 de dezembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Érika de Moraes
Universidade Estadual Paulista

Prof. Dra. Alana Nogueira Volpato
Universidade Estadual Paulista

Me. Fellipe de Souza Gualberto Leite
Universidade Estadual Paulista

BAURU
2025



Faculdade de
Arquitetura, Artes,
Comunicação
e Design

ATESTADO

Atestamos que em 1º de dezembro de 2025, foi realizada a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Ethos Discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e uma visão de "língua e elegância"**, de Karen Taynara Parreira de Matos, discente regularmente matriculada no curso de Relações Públicas. A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1. Professora Doutora Érika de Moraes (**Orientadora/Presidente da Banca**)

Instituição: **Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"**

2. Professora Doutora Alana Nogueira Volpato (**membro da banca**)

Instituição: **Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"**

3. Professor Mestre Fellipe de Souza Gualberto Leite (**membro da banca**)

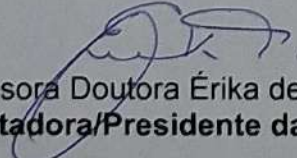
Instituição: **Doutorando na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"**

Atestamos ainda que após a exposição pela discente e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final:

☒ Aprovada

☐ Reprovada

Bauru, 1º de dezembro de 2025.


Professora Doutora Érika de Moraes
Orientadora/Presidente da Banca

“Enquanto a língua é um rio caudaloso, longo e largo, que nunca se detém em seu curso, a gramática normativa é apenas um igapó, uma grande poça de água parada, um charco, um brejo, um terreno alagadiço, à margem da língua.”

(Marcos Bagno)

Ethos Discursivo da influenciadora Cíntia Chagas e uma visão de “língua e elegância”¹ **Discursive Ethos of influencer Cíntia Chagas and a view on “language and elegance”**

Karen Taynara Parreira de Matos

Resumo

Este artigo analisa o *Ethos Discursivo* da influenciadora Cíntia Chagas, investigando como seu discurso constrói representações sobre língua e elegância. A influenciadora se posiciona como autoridade no ensino do “português correto” nas redes sociais, recorrendo a um tom irônico que produz formas sutis de violência simbólica. A pesquisa, de abordagem qualitativa e interpretativista, fundamenta-se na Análise do Discurso francesa, especialmente em conceitos de Pêcheux e Maingueneau. O *corpus* reúne postagens do Instagram, com vídeos e legendas sobre usos da língua. A análise demonstra a presença velada de preconceito linguístico, manifestado nas falas e na cenografia discursiva. Conclui-se que tais discursos, sob aparência de leveza e humor, contribuem para reforçar a exclusão social ao valorizar a norma padrão e deslegitimar outras formas de expressão linguística.

Palavras-chave: *ethos discursivo*, Cíntia Chagas, preconceito linguístico, discurso, redes sociais.

Abstract

This article analyzes the *Discursive Ethos* of influencer Cíntia Chagas, investigating how her discourse constructs representations of language and elegance. The influencer positions herself as an authority on teaching “correct portuguese” on social media, using an ironic tone that produces subtle forms of symbolic violence. The research, based on a qualitative and interpretivist approach, is grounded in French Discourse Analysis, particularly in the concepts of Pêcheux and Maingueneau. The *corpus* consists of Instagram posts, including videos and captions about language use. The analysis reveals the veiled presence of linguistic prejudice, manifested in her statements and in the discursive scenography. It is concluded that such discourses, under the guise of lightness and humor, contribute to reinforcing social exclusion by valuing the standard norm and delegitimizing other forms of linguistic expression.

Keywords: *discursive ethos*, Cíntia Chagas, linguistic prejudice, discourse, social media.

1.- Introdução

A relação entre língua e poder tem sido bastante discutida nos diferentes campos das Ciências Humanas, sendo compreendida como um fator de dominação política, como afirma Bourdieu (1996). Para a Análise do Discurso, a linguagem é entendida como uma prática social e lugar de produção de sentidos e identidades, conectada a discursos que não são neutros, pois são atravessados por ideologias (Pêcheux, 1995).

No contexto brasileiro, que historicamente é marcado por desigualdades sociais e educacionais, a valorização da norma padrão da língua portuguesa possui um papel de distinção simbólica, associando o domínio de determinadas formas linguísticas ao prestígio, à erudição e também, à superioridade cultural. Essa visão transforma as diversidades linguísticas do país em alvo de discriminações que atingem, principalmente, os grupos populares e menos escolarizados. Como afirma Bagno em sua obra *Preconceito Linguístico: o que é, como se faz*, são “essas graves diferenças de status social que explicam a existência, em nosso país, de um verdadeiro abismo linguístico entre os falantes das variedades não-padrão do português brasileiro - que são a maioria de nossa população - e os falantes da (suposta) variedade culta” (Bagno, 2007, p. 16).

¹ Este artigo apresenta resultados de Pesquisa de Iniciação Científica desenvolvida com apoio do Edital Pibic-Unesp entre setembro/2024 e outubro/2025.

Com o surgimento e a expansão das redes sociais, esses discursos ganharam novos espaços, sendo reproduzidos por diferentes enunciadore, surgindo os então chamados “influenciadores digitais”, que se tornam, cada vez mais, vozes de autoridade capazes de moldar percepções, valores e até práticas sociais. Entre essas vozes, este artigo destaca Cíntia Chagas, uma influenciadora brasileira que se apresenta como uma professora de língua portuguesa e especialista em comunicação e, até o momento desta pesquisa, utiliza sua visibilidade para promover o ensino do “português correto” e associar a norma padrão à ideia de elegância e distinção social.

Para compreender melhor esse discurso, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa de caráter interpretativista. O *corpus* foi constituído a partir da análise do perfil da influenciadora no Instagram, com o recorte temporal de janeiro a março de 2025, contendo publicações do *feed*, *reels* e comentários dos seguidores. Entre os materiais coletados, foram selecionados cinco conteúdos para análise aprofundada, considerando critérios como tema, engajamento e potencial de construção do *Ethos Discursivo*, assim como manifestações de apoio ou contestação - referente ao seu *ethos* - de seu público, que estão presentes nas interações dos comentários.

A análise de seu discurso revela que, através de um tom leve, bem-humorado e até didático, circulam formas sutis de violência simbólica que deslegitimam os usos linguísticos das classes populares e reforçam modelos elitistas de cultura e comportamento. Entender como se constrói o *Ethos Discursivo* - conceito proposto por Dominique Maingueneau - dessa influenciadora torna-se relevante não apenas para refletir sobre a atualização do preconceito linguístico em ambientes digitais, mas também para discutir os seus efeitos sociais ligados à educação, à redução das desigualdades e à comunicação ética, conforme proposto pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 4, 10 e 16) da Organização das Nações Unidas (ONU) e do *Guia Agenda 2030: integrando os ODS, Educação e Sociedade*, proposto por Cabral e Galvão (2024).

Este artigo, portanto, tem como objetivo investigar de que maneira Cíntia Chagas constrói sua imagem discursiva no Instagram e como, a partir desse *ethos*, reproduz representações excludentes relacionadas à língua e à noção de elegância. Busca-se compreender de que forma ela favorece a propagação de preconceitos linguísticos e distinções sociais, assim como identificar como seu discurso é utilizado em sua construção de autoridade e poder.

2.- Análise do Discurso de linha francesa como um respaldo crítico para o estudo

A Análise do Discurso de linha francesa (AD), teve como um dos principais fundadores Michel Pêcheux em 1960, e apresenta uma abordagem teórica e metodológica necessária para compreender a linguagem como uma prática social atravessada pela ideologia. Inspirado pelo materialismo histórico proposto por Marx, pela psicanálise de Freud e pela linguística de Saussure, Pêcheux propõe uma nova visão, que rompe com as noções de que a língua é um sistema neutro e, que o sujeito é autônomo e transparente. Essa nova perspectiva que ele traz, do “dizer” como algo já determinado por processos discursivos que utilizam da história, da língua e da ideologia, nos permite compreender que o discurso nunca é produzido de forma isolada, mas sim, baseado nas condições históricas e ideológicas que determinam o que pode ser dito, por quem e em que contexto. Devido a isso, os “processos discursivos” tornam-se fundamentais para entender como os sentidos se constituem na relação entre língua, sujeito e ideologia.

Os processos discursivos, conforme Pêcheux (1995), se referem às condições históricas, ideológicas e linguísticas que tornam possível a produção de um determinado discurso. Eles não se limitam apenas ao momento da fala, pois envolvem uma rede de enunciados anteriores - interdiscurso - que sustentam o que é formulado no presente - intradiscurso. Ou seja, o interdiscurso é o campo do que já foi dito e circula socialmente, ele antecede toda enunciação; já o intradiscurso é a condição atual do sujeito, que utiliza os fragmentos do que já foi dito em sua própria fala. Assim, todo discurso é atravessado por outros discursos e por memórias coletivas que orientam o modo de dizer.

A Análise do Discurso se distancia das abordagens estruturalistas, propostas por Saussure, e descritivas da língua, por entender que o discurso é o lugar onde a ideologia se materializa na

linguagem, e com isso, se inicia uma disputa simbólica de produção de sentidos. Para Pêcheux “o funcionamento da ideologia em geral como interpelação dos indivíduos em sujeitos se realiza através do complexo das formações ideológicas e fornece a ‘cada sujeito’ sua ‘realidade’ enquanto sistema de evidências e significações percebidas - aceitas - experimentadas” (Pêcheux, 1995, p. 162).

Pêcheux também apresenta outros dois conceitos relevantes em sua obra *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* (1995). As formações discursivas (FD), são estabelecidas historicamente, auxiliando no que o sujeito pode ou não dizer em determinado contexto, definindo quais campos dos sentidos são permitidos e quais são proibidos. As FD são definidas pelas formações ideológicas (FI), as quais são compostas por valores, crenças e representações que conduzem a forma como os sujeitos veem e interpretam o mundo. Ou seja, cada formação ideológica dá origem a um modo específico de produzir sentido no discurso.

A partir desses conceitos apresentados, compreendemos que o sujeito não é a origem do sentido, mas sim, efeito da ideologia. Ele é interpelado pelas FI, fazendo-o acreditar que fala por vontade própria, quando, na verdade, seu discurso está conectado às memórias discursivas. Dessa forma, entendemos que não existe um “eu” fora da linguagem e todo sujeito é composto pelo discurso e pelas condições históricas que o atravessam. Cíntia Chagas, por exemplo, possui sua posição de professora e influenciadora que ensina o “português correto”, mas seu discurso não é neutro. Ela se apoia em uma FI que valoriza a norma culta como símbolo de *status*, elegância e superioridade. Essa visão, no entanto, reforça uma forma de pensar sobre a língua que naturaliza o preconceito linguístico.

O “efeito de evidência”, nomeado por Pêcheux, sustenta a ilusão de transparência entre linguagem, sujeito e mundo, mascarando toda a ideologia presente na enunciação. Esse conceito apoia a ideia de que sentidos parecem “naturais”, “óbvios” ou “verdadeiros”, quando na verdade resultam de processos históricos e ideológicos. Isso faz com que certas pessoas considerem “normal” dizer que quem fala “errado” é menos culto - mesmo pertencendo a este mesmo grupo -, enquanto outras conseguem reconhecer essa afirmação como um produto de relações de poder. No caso da influenciadora analisada, seu discurso adquire força justamente porque se apresenta como algo “evidente”, como se o “bom português” fosse uma verdade universal, e não uma construção social marcada por exclusão.

Para o analista do discurso, é importante identificar e revelar esses processos de naturalização, mostrando como o discurso produz e reproduz as relações de poder e de dominação simbólica, permitindo compreender por que certos sentidos circulam com autoridade, enquanto outros são silenciados. Isso é essencial para entender o funcionamento do preconceito linguístico nas redes sociais - e fora dela -, o qual se sustenta na crença de que a norma culta é superior e que o domínio dela é sinal de mérito pessoal, apagando e ignorando as condições históricas e sociais que determinam o acesso à escolarização e ao capital cultural da população.

Para esse estudo, a AD é extremamente relevante e necessária, uma vez que ela permite problematizar a naturalização de práticas discursivas que reforçam as desigualdades sociais e hierarquias. A circulação de discursos como os de Cíntia Chagas mostra que ao mesmo tempo em que parte do público aplaude o discurso da “defesa da boa língua” e até mesmo falsa possibilidade de ascensão social, outro grupo o reconhece como expressão de elitismo e exclusão social. Essa divisão de sentidos reflete a existência de diferentes formações ideológicas, uma que naturaliza a distinção linguística como valor moral - ainda que vítima dessa distinção - e outra que a questiona como forma de poder simbólico.

A partir do respaldo teórico da Análise do Discurso, - necessário para uma leitura crítica da linguagem nas mídias sociais, em especial nos discursos que associam o domínio da norma culta a valores de prestígio, mérito e distinção social - apresentamos também, a contribuição teórica de Dominique Maingueneau, que se torna ainda mais necessária ao analisar a enunciação e as formas concretas de construção de autoridade discursiva. Esses conceitos serão aprofundados no próximo

tópico, destacando o papel do *Ethos Discursivo* na constituição de imagens de si e relações de poder nas redes sociais.

3.- *Ethos Discursivo* segundo Dominique Maingueneau

Para Maingueneau (2004), o conceito de *ethos* está ligado à imagem que o enunciador constrói de si mesmo durante a sua enunciação. Essa construção da imagem tem o objetivo de criar credibilidade, estabelecer uma conexão com o público e conquistar a atenção do ouvinte - ou leitor. Contudo, ela não apenas se manifesta pelas palavras, mas também é performática, envolvendo gestos, postura, tom de voz, roupas e outros elementos que fazem parte do momento de comunicação. Assim, o *ethos* não se resume ao “o que é dito”, mas também ao “como é dito” e ao “quem diz”. Ele fica no campo entre o verbal e o não verbal. Essa imagem que ele cria, no entanto, está diretamente relacionada ao ato de enunciar. É na própria fala que o sujeito se insere no discurso e cria sua relação com quem está escutando. O *ethos* funciona como uma espécie de “guia” para a construção do discurso, atravessando toda a mensagem e ajudando a consolidar uma autoridade discursiva. Essa autoridade não vem pronta, mas se constrói justamente pelo jeito de falar e pela posição que o enunciador assume nesse processo.

A construção do *ethos* ocorre dentro de uma cena de enunciação, composta por três dimensões: a cena englobante, que define um quadro comunicativo mais amplo, como os discursos midiático, político ou pedagógico; a cena genérica, que delimita o gênero discursivo, nesse caso, os exemplos podem ser uma aula, um tutorial, uma entrevista, no caso das redes sociais, pode ser um *live*, ou um vídeo curto; e por fim, a cenografia, que é responsável por organizar a encenação discursiva, ou seja, o modo como o enunciador performa sua fala, cria um ambiente e legitima sua posição diante do público. A cenografia é fonte e produto do discurso: o sujeito cria a cena que o legitima e, ao mesmo tempo, é legitimado por ela (Maingueneau, 2004).

Uma cenografia só se manifesta plenamente se puder controlar o próprio desenvolvimento, manter uma distância em relação ao co-enunciador. Já num debate, por exemplo, é muito difícil que os participantes possam enunciar por intermédio de suas próprias cenografias; elas não têm o controle da enunciação e precisam reagir imediatamente a situações imprevisíveis suscitadas pelos interlocutores. (Maingueneau, 2004, p. 88)

Maingueneau afirma que o *ethos* está diretamente ligado ao ato de enunciar, pois é por meio dele que o sujeito se inscreve no discurso e estabelece uma relação com o interlocutor. Dessa forma, o *ethos* funciona como um princípio que organiza a fala e orienta o modo como o sujeito se apresenta e é percebido. A autoridade discursiva, portanto, não existe antes da enunciação. Ela se constrói no próprio processo de dizer, a partir da forma como o sujeito fala e da posição que ocupa ao enunciar.

O *Ethos Discursivo*, conforme explica Maingueneau, envolve caráter e corporalidade. O caráter diz respeito aos traços de personalidade e qualidades atribuídas ao sujeito enunciador por meio de seu modo de dizer, construindo uma imagem moral, psicológica e comportamental que orienta a forma como o público interpreta sua credibilidade e autoridade. Já a corporalidade, que envolve o corpo como suporte do discurso, é traduzida através de gestos, expressões faciais, maneira de vestir, de administrar o espaço e se movimentar. Esses aspectos são traduzidos no próprio texto verbal. Nas mídias digitais como o Instagram, a corporalidade torna-se ainda mais relevante, pois a validação da imagem discursiva é diretamente ligada à performance visual e estética, o que intensifica o caráter teatral da enunciação. Maingueneau também destaca que a corporalidade não se limita ao corpo físico, mas envolve a maneira como o sujeito “habita a linguagem”. O enunciador se mostra por meio de suas escolhas de palavras, estilo e forma de se expressar, revelando assim, seu modo de ser e de se posicionar no mundo.

Em seu artigo *Um retorno crítico à noção de Ethos*, Maingueneau (2018) apresenta três dimensões fundamentais para a análise do *ethos*: a categorial, a experiencial e a ideológica. A primeira se refere ao papel social assumido pelo enunciador - como professor, especialista, *coach* ou influenciador -, que inclui uma legitimidade e autoridade à sua fala; no caso de Cíntia Chagas, trata-

se da imagem de uma “professora de língua portuguesa” e “especialista em comunicação”. A segunda dimensão, é a experiencial, que se refere às qualidades psicossociais e estereotipadas que são atribuídas ao sujeito, como elegância, inteligência, refinamento, conservadorismo ou modernidade, que reforçam um caráter afetivo e moral estabelecido de seu *ethos*. Já a dimensão ideológica apresenta como essas características se articulam aos valores e posicionamentos discursivos mais amplos - como o neoliberalismo, o elitismo ou o conservadorismo -, tornando comum as relações de poder e exclusão simbólica que atravessam os discursos midiáticos. Essas categorias mostram que o *ethos* vai além de uma simples “imagem pessoal”. Ele é uma forma do sujeito se associar ao discurso dentro de um contexto histórico e social. O enunciador utiliza das memórias coletivas, estereótipos e expectativas do público para construir uma imagem que já é reconhecida para eles, o que revela seu caráter interdiscursivo. Ao mesmo tempo que o *ethos* é uma construção individual - do enunciador para o público - também é um resultado do reconhecimento social, sustentado pela identificação de quem ouve e pelas formações discursivas que circulam em seu meio.

Maingueneau (2018) acrescenta que a internet enfraquece as limitações tradicionais dos gêneros discursivos, fazendo com que a cenografia e os hipergêneros (como *trends*, vídeos curtos, *reels*) assumam papel central na imagem de si. A análise do *ethos* em contextos digitais necessita de atenção ao aspecto multissemiótico da enunciação: texto, vídeo, imagem, música, edição, humor e interações nos comentários. O autor também propõe compreender as redes sociais como espaços de “coenunciação ampliada”, onde o *ethos* é constantemente transacionado entre o sujeito e seu público. Os comentários, as curtidas e os compartilhamentos funcionam como formas de validação simbólica que aprovam ou desaprovam a imagem projetada. O *ethos*, nesse cenário, torna-se um processo dinâmico e coletivo, sustentado pela visibilidade e pelo engajamento.

4.- Cíntia Chagas e a construção de seu *ethos* no Instagram

Com mais de 7 milhões de seguidores, cursos, palestras e produtos relacionados à comunicação e comportamento, Cíntia Chagas consolidou-se como figura pública que atua no nicho da educação, *lifestyle* e entretenimento, apresentando-se como professora de língua portuguesa, “especialista em comunicação” e referência de “bom gosto”. Sua imagem é construída a partir de uma narrativa de ascensão pessoal sustentada por valores meritocráticos, fazendo uma espécie de “empreendedorismo de si”, promovendo a ideia de que o domínio da norma padrão e o refinamento comportamental seriam elementos que levam a distinção e ascensão social. Ela articula o ensino da língua portuguesa a orientações sobre etiqueta, aparência e performance social, utilizando um discurso que associa o “falar corretamente” a elegância, prestígio e capital simbólico.

Em sua vida pessoal, Cíntia Chagas também reforça o *ethos* público de uma mulher conservadora, que se identifica e se relaciona com figuras do mesmo alinhamento político que o seu - como seu ex-marido e seu atual companheiro, ambos vinculados a partidos políticos de direita. Em 2024, a influenciadora tornou público ter sido vítima de violência doméstica durante o casamento com o então deputado estadual Lucas Bove (PL), gerando grande repercussão na mídia e nas redes sociais, onde houve tanto manifestações de solidariedade, quanto ataques à influenciadora. Atualmente - até o momento da escrita deste artigo - Chagas mantém um relacionamento com o deputado federal Fred Costa (PRD), o que continua reforçando sua proximidade com figuras políticas de direita e consolidando um posicionamento alinhado ao conservadorismo moral e comportamental - expresso, frequentemente em seus vídeos, com críticas ao feminismo, à “vulgaridade” e a práticas culturais populares. A exposição de sua vida pessoal é seletiva, e geralmente é exibido através de uma narrativa de superação, que funciona como estratégia de fortalecimento da sua autoridade diante de seu público.

Sua enunciação utiliza de recursos linguísticos e visuais que reforçam uma imagem de autoridade e distinção social. A cenografia de seus vídeos é marcada por figurinos elegantes, joias finas, maquiagem suave, postura ereta, olhar calculado, gestos pensados e ambientes visualmente harmônicos, elementos estes que sofisticam sua presença e interagem com a construção do *ethos*. O tom de fala, frequentemente irônico, didático e hierarquizante, contribui para a produção de

credibilidade e superioridade, reforçando o “abismo” - já mencionado por Bagno (2007) - entre ela e seus seguidores, principalmente quando corrige usos linguísticos considerados “errados”.

Ao orientar seu público a “falar corretamente”, Chagas associa o domínio da norma padrão a *status* social, sucesso profissional, comportamento refinado e até a ideias de feminilidade e moralidade. Dessa forma, a língua deixa de ser apenas um objeto de ensino, tornando-se marcador de distinção e pertencimento a um grupo social valorizado, atuando como forma de violência simbólica (Bourdieu, 1996). Como aponta Bagno (2007), essa lógica utilizada reforça o preconceito linguístico ao normalizar a superioridade da norma culta em detrimento de outras formas do dizer, e deslegitimar a diversidade linguística brasileira.

Portanto, por meio do aporte teórico da AD de Pêcheux e de Maingueneau, entendemos que é através do *Ethos Discursivo* - que combina autoridade, elegância e conservadorismo, fortalecendo a associação entre língua, poder e distinção social - que Chagas dissemina o preconceito linguístico no Instagram. Nas cinco análises a seguir, que foram investigadas em minha pesquisa de Iniciação Científica, é possível compreender e visualizar de maneira exemplificada, de que forma isso ocorre.

4.1 - Análise 1

Nessa primeira análise, é possível observar como são articuladas a cenografia e a corporalidade. A publicação analisada refere-se a um vídeo curto publicado no perfil do Instagram da influenciadora, em 1 de janeiro de 2024, com o conteúdo principal escrito na tela - em formato de caixinha de pergunta: “*Você é elitista. Menospreza a língua do pobre. Deixando de segui-la*”. Para a análise, é necessário levar em consideração todos os aspectos da cena: o vídeo não possui legenda, mas os comentários são opostos ao ex-seguidor.

Os elementos visuais, como maquiagem leve, penteado cuidadosamente arrumado, roupas elegantes, acessórios discretos e joias finas, também estão presentes na cena. Esses elementos se integram à postura corporal e a entonação da fala, além dos gestos da enunciativa, criando um conjunto de autoridade, autocontrole e distinção social. Para Maingueneau (2004), a corporalidade não se limita à aparência física, mas abarca a maneira como corpo, voz, espaço e objetos participam da enunciação.

Ou seja, cenografia não é apenas um fundo visual, mas um componente essencial do discurso da influenciadora. A forma como ela se expressa linguisticamente reforça a performance visual e corporal, fazendo com que esses elementos atuem de maneira conjunta na construção de seu *ethos*. Conforme explica Maingueneau (2004, p. 87):

[...] a cenografia é ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém, segundo o caso, a política, a filosofia, a ciência ou para promover certa mercadoria... (Maingueneau, 2004, p. 87)

A postura corporal de Chagas e o olhar que evita a câmera, com queixo erguido e o tom de voz firme e soberbo, reforça a imagem de uma figura refinada, culta e até inquestionável. Essa performance é sustentada por uma cenografia calculada, na qual a apresentação visual (maquiagem, figurino e cenário) dialoga diretamente com o conteúdo discursivo centrado na norma padrão. A forma e o conteúdo se constroem de maneira complementar, produzindo uma imagem de distinção e autoridade simbólica sobre a linguagem.

Nos comentários, no entanto, é possível notar que esse *ethos* não é universalmente aceito. Alguns seguidores manifestam resistência, acusando a influenciadora de elitismo e rompendo o vínculo de seguidor - como no caso do próprio ex-seguidor tema de seu vídeo -. Outros, por outro lado, defendem sua postura e associam segui-la a um sinal de refinamento e sucesso, enquanto não segui-la os manteriam na pobreza. Essa percepção reforça o vínculo entre o “falar corretamente” e a distinção de classe, conforme já discutido por Bagno (2007).

O autor afirma que a norma padrão tem sido usada, historicamente, pelas classes dominantes como um instrumento de imposição de seus valores e manutenção de sua hegemonia. A crença de que o domínio da norma culta garante ascensão social, segundo Bagno, é ilusória:

[...] se o domínio da norma culta fosse realmente um instrumento de ascensão na sociedade, os professores de português ocupariam o topo da pirâmide social, econômica e política do país [...] um grande fazendeiro que tenha apenas alguns poucos anos de estudo primário, mas que seja dono de milhares de cabeças de gado, de indústrias agrícolas e detentor de grande influência política em sua região vai poder falar à vontade sua língua de “caipira”, com todas as formas sintáticas consideradas “erradas” pela gramática tradicional, porque ninguém vai se atrever a corrigir seu modo de falar. (Bagno, 2007, p. 69)

Além disso, muitos seguidores expressam nos comentários um certo receio de interagir com a influenciadora, temendo serem expostos ou ridicularizados em seus vídeos por desvios linguísticos. Essa relação confirma o *ethos* de autoridade e desestimula o diálogo, reforçando desigualdades discursivas. Maingueneau (2004) chama isso de “efeito de legitimação”, quando determinadas posições de fala se tornam normalizadas e dificilmente questionadas, tudo devido a uma cena de enunciação bem construída.

4.2.- Análise 2

O conteúdo selecionado para esta segunda análise, consiste na gravação de um vídeo - publicado em 6 de janeiro de 2024 - em resposta à pergunta enviada por um seguidor em uma caixa de perguntas: *“Amo suas publicações! Fale sobre a frase ‘Vou bater um rango’.”* A pergunta indica que o seguidor já reconhece o *ethos* da influenciadora e já antecipou que ela criticaria a expressão em questão, buscando confirmar seu posicionamento elitista sobre usos linguísticos populares.

Chagas ironiza a expressão “vou bater um rango” e, na legenda, acrescenta outras duas formas para se referir ao jantar: *“Fiz uma janta”* e *“O que tem de mistura hoje?”*, apresentando-as em tom pejorativo em seu vídeo. Quando colocadas todas na mesma categoria de “inadequação linguística”, a influenciadora deslegitima as formas de falar que são fortemente presentes no cotidiano brasileiro, e ignora todos os fatores sociais, históricos e econômicos que constituem essas expressões.

Palavras como “janta”, “mistura” e “rango” não são meras “formas erradas” de se referir a refeição, mas sim, elementos populares marcados por experiências de classes diferentes, falta de acesso à educação, modos de vida e até desigualdades alimentares. Segundo dados do IBGE (2024), mais de 9,1 milhões de brasileiros ainda são analfabetos, o que mostra grande desigualdade de acesso à escolaridade formal no país e, consequentemente, das normas consideradas “prestigiadas”. Ou seja, não se aprende a norma padrão sem acesso a estudos formais da língua portuguesa, assim como não se pode exigir que alguém fale de acordo com essa norma se nunca teve a oportunidade de frequentar uma instituição de ensino.

Nesse sentido, o desprezo expresso pela influenciadora é grave, uma vez que ela ignora fatores de pobreza alimentar e experiências sócio históricas da sociedade brasileira, que utiliza a expressão “mistura” para se referir a qualquer tipo de acompanhamento da comida, seja uma proteína boa, como carne, ou apenas um pedaço de salsicha - que é a realidade em muitas residências do país. Chagas dissemina seu posicionamento elitista, influenciando crianças - que são parte de seu público - e adultos, a formarem opiniões sobre esses aspectos linguísticos e sociais. Como observa Bagno (2007), a língua funciona como marcador de classe: quem fala “certo” é associado às elites; quem fala “errado” é socialmente inferiorizado.

A influenciadora também mantém nesse vídeo, cuidadosamente, os elementos que estabelecem sua encenação discursiva. Seu figurino, postura corporal, cenário e tom de voz compõem uma cenografia coerente com o *ethos* de elegância, refinamento e superioridade que ela deseja projetar. A resposta irônica, o olhar de desdém e o humor que ridiculariza os falantes dessas expressões

funcionam como estratégias de legitimação discursiva, fazendo com que muitos de seus seguidores achem graça nos comentários da publicação - ainda que, talvez, boa parte desse público também seja vítima dessa microviolência empregada por ela.

Isso mostra o que Maingueneau (2018) discute sobre a centralidade da cenografia nos discursos digitais. Na internet, a legitimação do enunciador depende da capacidade de encenar a comunicação de modo persuasivo e multimodal. A performance de Cíntia, articula esses elementos verbais e visuais de forma muito eficaz, tornando sua posição algo natural para seus seguidores.

4.3.- Análise 3

A terceira análise apresenta o *ethos* ideológico conservador e elitista, que valoriza padrões tradicionais de gênero, estética e comportamento. Em diversas publicações, Chagas critica e ridiculariza práticas populares comuns, como o uso de gírias, o consumo de cerveja, modos de se vestir ou falar, e as denomina como sinais de vulgaridade ou baixa classe.

De acordo com Bourdieu (2006), esse processo naturaliza hierarquias sociais e legitimam a distinção entre grupos por meio de critérios culturais e estéticos apresentados como superiores. O humor presente nos vídeos, atua como uma estratégia para suavizar a agressividade de seu discurso, aumentando a sua aceitabilidade social - tornando, muitas vezes, imperceptível para o público que ele pode estar sendo vítima de alguma microviolência, como já foi visto na análise anterior. Assim como destaca Pêcheux (1995), o discurso não pode ser compreendido como neutro ou inocente. Mesmo quando revestido de humor, ele é atravessado por ideologia e opera na produção de sentidos que naturalizam hierarquias sociais e legitimações simbólicas.

Nesse caso, o discurso de Chagas é atravessado por formações ideológicas conservadoras e religiosas, que sustentam uma visão de mundo antifeminista e tradicionalista. Embora se apresente como uma figura pública cristã, bem-sucedida e midiaticamente reconhecida, a influenciadora reafirma valores patriarcais ao responder em vídeo, - publicado em 18 de janeiro de 2024 - uma pergunta de um seguidor sobre o papel da mulher na sociedade: *“Mulheres sujeitai aos vocês maridos’ passagem bíblica que rebaixa a mulher? Como vê? ”*.

Como resposta, Chagas alega que a mulher deve ser submissa e obedecer ao marido, chegando a afirmar que “só se deve jantar quando o homem chega do trabalho”. Esse posicionamento reforça os discursos machistas naturalizados na sociedade, reproduzindo relações de poder entre homens e mulheres. Nesse caso, a fala da influenciadora não expressa apenas uma “opinião pessoal”, mas materializa formações ideológicas conservadoras que determinam o que pode ser dito sobre o lugar da mulher na sociedade.

Esse discurso é sustentado por uma linguagem aparentemente polida e “correta”, o que mascara formas sutis de violência simbólica (Bourdieu, 1996). Ao apresentar suas ideias conservadoras sob o tom de conselhos ou ensinamentos, sua fala traz de volta as hierarquias de gênero e normaliza desigualdades. Essa estratégia discursiva se torna problemática, uma vez que Chagas possui um público majoritariamente jovem, que pode ser mais suscetível a influências e a adotar tais microviolências como atitudes aceitáveis ou legítimas.

Os comentários dessa publicação são também uma questão importante a se analisar. Existe um movimento expressivo de reação, sendo alguns deles, usuários que criticam a fala e defendem a equidade de gênero de forma pacífica, enquanto outros recorrem à agressividade explícita, retomando até o episódio doloroso de sua vida pessoal - como o caso de violência doméstica sofrido pela influenciadora - ironizando-o e utilizando-o como forma de ataque a fala de Chagas. Essa dinâmica nos mostra a circulação da ciberviolência discursiva, fenômeno que, como explica Paveau (2021, p. 77–78), transforma os espaços digitais em territórios privilegiados de propagação de discursos de ódio e humilhação, em que a violência simbólica é intensificada pela lógica das redes.

Ainda que a violência doméstica jamais deva ser atribuída à vítima, é possível observar que o próprio modelo comunicativo de Chagas, baseado na ironia, no deboche e na ridicularização,

contribui para a reprodução desse tipo de violência verbal entre seus seguidores. Ao performar um *ethos* “violento”, hierarquizante e moralizador, a influenciadora cria um ambiente discursivo propício para que esses comportamentos se repitam e se amplifiquem.

Conforme discute Pêcheux (1995), os sujeitos são interpelados pelas formações ideológicas que os constituem, reproduzindo discursos dominantes como se fossem verdades evidentes. Assim, os comentários violentos podem ser entendidos como uma espécie de efeito de sentido derivado da identificação com o *Ethos Discursivo* da influenciadora. Nesse processo, a autoridade moral e o tom de superioridade projetados em sua enunciação tornam-se referências para o comportamento discursivo de seus seguidores.

4.4.- Análise 4

A análise quatro, articula os traços machistas e elitistas em torno do consumo de bebidas, trazendo a questão do gosto e do comportamento como marcadores de distinção simbólica. O vídeo analisado - publicado em 6 de fevereiro de 2024 - traz uma resposta de um seguidor sobre a pergunta: “*Mulher que bebe cerveja é elegante? O que a mulher deve tomar quando quiser algo alcoólico?*”. Como resposta, Chagas afirma que mulheres que consomem cerveja ou chope “não são elegantes”, mesmo que a bebida seja cara. Essa fala, embora breve e aparentemente banal, carrega implicações discursivas profundas, pressupondo que a elegância feminina depende de escolhas de consumo específicas, que afastem a mulher de práticas culturais associadas à classe trabalhadora.

Devido a essa afirmação, podemos compreender que existe um sistema de valores que define o que é refinado e o que não é, distanciando-se o máximo possível de elementos populares. A elegância, nesse contexto, é construída como um atributo de quem consome produtos caros e evita espaços populares, como botecos ou bares de periferia. Pierre Bourdieu, em sua obra *A distinção: crítica social do julgamento* (2006), alega que o gosto não é uma escolha individual, mas um produto das condições sociais, servindo como instrumento de separação entre os grupos, legitimando os hábitos e preferências das classes dominantes. Dessa forma, ao condenar o consumo de cerveja - símbolo cultural amplamente difundido entre as classes médias e populares no Brasil e até mundo afora -, a influenciadora reafirma o vínculo entre linguagem, comportamento e poder simbólico, transformando o consumo em uma prática de diferenciação.

Nos comentários do vídeo, observa-se um grande descontentamento com o discurso da influenciadora. Ao criticar um dos principais símbolos de prazer e celebração da classe popular - a cerveja -, Chagas é confrontada por parte do público. Entre os seguidores, ganha força a hipótese de que a influenciadora é uma personagem com o propósito de provocar polêmicas e humor para aumentar seu engajamento nas redes. Contudo, mesmo que exista uma estratégia por trás, a atuação de Chagas não deve ser vista como uma falsificação, mas como uma encenação discursiva (Maingueneau, 2004), já que a mesma ocupa um espaço de fala, a fim de construir credibilidade e legitimar-se perante sua audiência.

Seu *ethos* é projetado para combinar sua performance de autenticidade e elitismo, além de sua ironia controlada, configurando um modo de dizer que atrai e repele diferentes públicos. Essa construção reforça a ideia de que o discurso digital é um campo de negociação constante entre visibilidade, engajamento e legitimação simbólica.

4.5.- Análise 5

Na quinta e última análise feita às publicações do perfil de Cíntia Chagas, observa-se novamente o preconceito linguístico referente a expressões periféricas e populares. O vídeo - publicado em 4 de março de 2024 - trata-se da influenciadora ironizando o uso das expressões “*tá ligado*” e “*mano*”, devido à pergunta de seu seguidor sobre o que ela acha de quem profere essas gírias.

Esse linguajar é amplamente utilizado por jovens e adolescentes, em um contexto geral, mas principalmente dos que originam de periferias urbanas. Embora o conteúdo seja enquadrado como

uma “brincadeira”, sua estrutura discursiva revela um funcionamento ideológico que associa o falar popular à ignorância, à vulgaridade e à falta de refinamento.

O Brasil possui uma grande extensão territorial, que por si só, já demonstra a presença de diversas formações linguísticas no país uma diversidade linguística com múltiplos sotaques, com expressões que refletem a cultura e sociedade. As gírias abordadas no vídeo são particularmente comuns no estado de São Paulo e em cidades interioranas, compondo identidades linguísticas legítimas e socialmente significativas. Contudo, o discurso de Chagas desqualifica essas formas de expressão, reforçando novamente a ideia de que apenas a norma padrão representa o “bom português”.

Bagno afirma que o preconceito linguístico “é alimentado diariamente em programas de televisão, rádio, jornais e manuais que pretendem ensinar o que é ‘certo’ e o que é ‘errado’” (Bagno, 2007, p. 13), reforçando uma imagem negativa da fala popular. Essas práticas se expandiram para o ambiente digital, onde se tornam ainda mais eficazes. As redes sociais ampliaram a circulação de discursos normativos, que, ao se apresentarem de forma leve e humorística, atingem públicos amplos e produzem efeitos de legitimação simbólica. O humor atua como máscara ideológica, suavizando a agressividade e criando uma identificação com o público.

Os processos discursivos descritos por Pêcheux (1995) permanecem presentes, nesta e nas demais análises, uma vez que, o sujeito, ao rir junto da influenciadora, é interpelado por essa ideologia, acreditando compartilhar apenas uma “piada”, quando, na verdade, participa da reprodução de uma hierarquia simbólica. Trata-se do efeito de evidência, a ilusão de que os sentidos são naturais e autoevidentes, quando são, na verdade, construídos socialmente.

Mainqueneau (2004) novamente contribui para compreender como esse tipo de discurso funciona a partir de uma cenografia discursiva. Ao adotar um tom leve e descontraído, a influenciadora cria uma atmosfera de intimidade e informalidade com o público. Essa performance é sustentada por elementos visuais, como sorriso, entonação irônica e postura corporal confiante, que compõem uma cena de enunciação persuasiva e aparentemente inofensiva.

6.- Conclusão

Este artigo buscou investigar como a influenciadora digital Cíntia Chagas constrói seu *Ethos Discursivo* no Instagram e de que maneira esse processo contribui para a reprodução de preconceitos linguísticos e de práticas de distinção social. A análise das publicações revelou que a influenciadora utiliza de uma abordagem marcada pela elegância, autoridade e pelo rigor normativo, atributos estes que reforçam seu lugar de fala como professora e especialista no ensino do “português correto”. Essa construção discursiva é manifestada tanto no plano verbal quanto no visual, pois é o conjunto desses elementos que compõe a cenografia, com o caráter e corporalidade. Isso cria e legitima um *ethos* de prestígio e superioridade associado ao domínio da norma padrão.

Observou-se que o humor, estratégia frequentemente utilizada, é usado como recurso de suavização das microviolências simbólicas que Chagas propaga, tornando mais aceitáveis e até mascaradas as formas de ridicularização de práticas linguísticas e culturais populares. Assim, discursos aparentemente leves e “educativos” produzem sentidos atravessados por ideologias (Pêcheux, 1995) que normalizam as hierarquias sociais e reforçam o abismo linguístico apontado por Bagno (2007). Ao associar o domínio da norma padrão a valores como moralidade, inteligência, refinamento e sucesso, o discurso da influenciadora traz de volta lógicas de distinção simbólica descritas por Bourdieu (1996), reafirmando desigualdades históricas no campo da linguagem.

O estudo mostrou que o *ethos* construído pela influenciadora não se delimita apenas ao espaço da publicação, mas está presente também nas interações do público, que tende a reproduzir ou a contestar suas práticas discursivas. Os comentários que utilizam o tom de deboche e hostilidade mostram que esse *ethos* é incorporado por parte dos seguidores, sendo ressignificado nas dinâmicas da cibercultura. Essas interações acabam no que Paveau (2021) denomina ciberviolência discursiva, afirmando que a agressividade simbólica, inicialmente apresentada sob o disfarce do humor ou da ironia, pode ser disseminada e até mesmo redirecionada contra a própria influenciadora.

Portanto, compreender o *Ethos Discursivo* de figuras com grande alcance nas redes sociais torna-se essencial para refletir sobre os efeitos sociais de seus discursos, considerando seu impacto sobre jovens e públicos em formação. A análise realizada mostra que o ensino da língua pautado exclusivamente na norma padrão e articulado a ideais de superioridade estética e moral contribui para a manutenção de estruturas de exclusão, o que contraria os princípios de equidade educacional e de respeito à diversidade linguística defendidos pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 4, 10 e 16).

Este trabalho busca contribuir para o avanço de pesquisas que analisem outros perfis de influenciadores atuantes nos campos da educação, da comunicação e do “autoaperfeiçoamento”, - como *coachs* - com intuito de compreender como discursos normativos e moralizantes têm sido disseminados e utilizados em ambientes digitais e, quais implicações produzem na formação dos sujeitos.

Referências

- Bagno, M. (2007). Preconceito linguístico: O que é, como se faz. Loyola.
- Bourdieu, P. (1996). A economia das trocas linguísticas. Editora da USP.
- Bourdieu, P. (2006). A distinção: Crítica social do julgamento. Edusp; Zouk.
- Cabral, R., & Galvão, T. (2024). Guia Agenda 2030: Integrando os ODS, educação e sociedade. Disponível em <https://www.guiaagenda2030.org/formulario>
- CNN Brasil. (2025, 10 de novembro). Influenciadora denuncia deputado Lucas Bove (PL) por violência doméstica. <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/influenciadora-denuncia-deputado-lucas-bove-pl-por-violencia-domestica/>
- Maingueneau, D. (2004). Análise de textos de comunicação. Cortez.
- Maingueneau, D. (2018). Retorno crítico à noção de ethos. Letras de Hoje, 53(3), 321–330.
- Paveau, M.-A. (2021). Análise do discurso digital: Dicionário das formas e das práticas. Pontes.
- Pêcheux, M. (1995). Semântica e discurso: Uma crítica à afirmação do óbvio (2ª ed.). Pontes.