

A DINÂMICA DA (RE)CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* EM CADEIAS DISCURSIVAS DIGITAIS: UMA DISCUSSÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

Paulo Roberto GONÇALVES-SEGUNDO¹

Doutor em Letras – USP

Professor Adjunto do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas e do Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa da Universidade de São Paulo (USP)

RESUMO: O objetivo deste artigo é discutir a dinâmica de (re)construção do *ethos* em cadeias discursivas digitais de um ponto de vista teórico-metodológico, tomando como ponto de partida a análise de uma cadeia de textos motivada pela publicação, em setembro de 2019, do vídeo *Censura na Bienal!*, do *youtuber* Felipe Neto. Resultam desse procedimento, que buscou contemplar as coerções sociodiscursivas e as novas possibilidades técnicas de produção, distribuição e consumo de textos nas mídias digitais: (i) a construção de um modelo inicial de análise do *ethos*, que considera três eixos articulados: a origem das imagens (projetadas, atribuídas, consolidadas e depreendidas); as suas modalidades de expressão (verbal, pictórica, gestual, musical, dentre outras); e a natureza dessas imagens (associadas a papéis e identidades sociais, vinculadas a filiações ideológicas ou ligadas a disposições atitudinais); e (ii) a elaboração dos conceitos de *interethos* e de *ethos argumentado*.

Palavras-chave: Argumentação. *Ethos*. Mídias digitais. YouTube. Cadeias discursivas.

Introdução

Nosso objetivo, neste artigo, é discutir em que medida as práticas discursivas digitais contemporâneas, constituídas, primariamente, por cadeias discursivas de caráter multimodal², exigem novos procedimentos metodológicos e, por conseguinte, novas categorias analíticas para a compreensão da dinâmica de (re)construção do *ethos*.

Para guiar tal debate, partiremos de uma cadeia discursiva recente, que emerge a partir do vídeo *Censura na Bienal!*, publicado pelo canal Felipe Neto, do *youtuber* homônimo, em 06 de setembro de 2019, em resposta à ação do prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella (PRB), que censurara a exposição pública da história em quadrinhos *Vingadores – A Cruzada das Crianças*, na qual dois personagens homossexuais dos Vingadores se beijavam³. Nesse vídeo, o *youtuber* declara ter comprado todos os livros de temática LGBTQI+ da Bienal para serem distribuídos gratuitamente durante o evento.

¹ Endereço eletrônico: paulosegundo@usp.br

² Salientaremos, ao longo de nosso debate, a importância da investigação multimodal na análise do *ethos*, mas não nos deteremos sobre esse aspecto neste artigo. Reflexões teóricas e metodológicas sobre essa articulação, em língua portuguesa, podem ser encontradas em Baronas (2015), Nogueira & Câmara (2018), Carreon (2018), dentre outras.

³ Para mais informações, consultar as seguintes fontes jornalísticas: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/09/marcelo-crivella-manda-censurar-gibis-dos-vingadores-na-bienal-do-livro-no-rio.shtml> e <https://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,bienal-do-livro-do-rio-crivella-vingadores-e-censura-saiba-o-que-aconteceu,70003000092>.

Em consequência de tal atitude, passam a ser distribuída na internet uma série de vídeos e de postagens – que pode ser enquadrada como *fake news*, em termos da concepção de **desordem informacional** de Wardle & Derakhshan (2018) – orientada a difamar o *youtuber*. Desse conjunto de postagens, elegemos o *tweet* de Carla Zambelli (PSL) como objeto de discussão, na medida em que ele incorpora um excerto de um vídeo do próprio Felipe Neto, de 30 de abril de 2010, que permitirá aos internautas contrastarem *ethé* distintos do *youtuber* em dois momentos diferentes. No que se refere a esse vídeo, também examinaremos um conjunto de comentários na página do vídeo no YouTube.

Por fim, o último elo da cadeia consiste no vídeo *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*, publicado pelo *youtuber* no dia 12 de setembro, seis dias após o vídeo inicial. Tal texto, que se volta à reconstrução de sua imagem pública em face dos constantes ataques, é relevante, na medida em que é orientado não apenas ao auditório cativo do canal, mas aos pais e responsáveis dos adolescentes e dos jovens adultos inscritos no canal.

Como nosso objetivo consiste no debate sobre o impacto da dinâmica discursiva das mídias digitais no processo de (re)construção do *ethos* e nos modos de se trabalhar, analiticamente, com tal categoria, furtar-nos-emos de construir uma seção de revisão bibliográfica sobre tal noção⁴, ainda que, ao longo da discussão, as necessárias definições e reflexões epistemológicas ou metodológicas sejam apresentadas.

Tendo isso em vista, o artigo encontra-se organizado da seguinte forma: na primeira seção, procederemos a uma reflexão teórico-metodológica acerca dos desafios impostos pela dinâmica discursivo-textual das mídias digitais no que tange à constituição do *ethos* e ao trabalho analítico com tal noção; na segunda seção, passaremos à análise do vídeo *Censura na Bienal!*, destacando o processo de construção de um *ethos* ativista a partir de padrões linguísticos relevantes; na terceira seção, discutiremos, por um lado, o processo de emergência de um *ethos* a partir da comparação entre dois vídeos com *ethé* contrastantes na arena pública virtual, em um processo que ofusca as fronteiras entre *ethos presente (discursivo)* e *ethos prévio (pré-discursivo)*, e, por outro, o papel do auditório e de suas filiações discursivas na apreensão, via contraste, desse *ethos* – que denominaremos *interethos* –, observável por meio dos

⁴ Nesse sentido, recomendamos ao leitor não familiarizado com o tema a seguinte bibliografia: Aristóteles (1998[c. 330-326 a.C]) e Isócrates (1990[c. 353 a.C]), no âmbito da Retórica Clássica e Contemporânea; Fiorin (2004), Maingueneau (2005); Galinari (2012), Baronas (2015), Amossy (2018) e Piris (2019), em termos do diálogo entre a Retórica e a Análise de Discurso de linha francesa; Ramírez (2013), no que se refere ao diálogo ainda incipiente entre a Retórica e a Análise Crítica do Discurso. Para um debate crítico sobre a noção, considerando as várias epistemologias a partir das quais a noção se erige, ver Baumlin & Meyer (2018).

comentários; por fim, na quarta seção, mostraremos, por meio de uma breve análise do vídeo *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*, o processo de reconstrução do *ethos* do *youtuber*, pelo apagamento do *ethos* ativista, pelo rechaço às imagens atribuídas de homofóbico, criminoso e “desvirtuador” no âmbito da campanha difamatória e pela elaboração de uma imagem de inofensivo, ponderado, desconstruído, resistente e indignado; por fim, na última seção, retomaremos e sistematizaremos as discussões realizadas ao longo do artigo.

Repensando a dinâmica de (re)construção do *ethos*: desafios impostos pelas práticas discursivas em mídias digitais

Holt (2013), em um ensaio que discute o impacto do funcionamento comunicativo das mídias sociais digitais na concepção e na construção do *ethos*, destaca quatro aspectos dessas plataformas que julgamos pertinentes para repensarmos nossas formas de trabalho com o *ethos*: (i) a riqueza (e a diversidade) de textos; (ii) a produção em coautoria de perfis; (iii) a excepcional disponibilidade de textos; e (iv) o extensivo arquivamento de textos. Nesta seção, nortearmos nossa discussão a partir dessas propriedades, estendendo as concepções do autor e dialogando com perspectivas vigentes nos estudos do texto e do discurso e com o campo da antropologia e da sociologia digital.

Como sabemos, mídias sociais digitais, como Facebook, Twitter, Instagram, dentre outras, abrigam uma diversidade de textos, processados a partir de práticas discursivas diversas, encaixadas em práticas sociais distintas e, portanto, constrangidas por ordens do discurso nas quais padrões sociosemióticos hegemônicos, alternativos e contra-hegemônicos de representar, de agir e de ser competem para consolidar-se nesses espaços públicos⁵.

Tais plataformas são, portanto, povoadas por uma diversidade de discursos, de gêneros discursivos e de identidades, em constante interação – muitas vezes, harmoniosa; outras vezes, conflitiva. A quantidade de material simbólico disponível para nos constituirmos e, portanto, gerarmos uma imagem de si é enorme, o que permite, em maior ou menor grau, nos afastarmos e/ou nos aproximarmos dos papéis que assumimos nas diversas práticas em que nos envolvemos no mundo físico.

⁵ Fairclough (2003) concebe que textos são produzidos em eventos sociais, instâncias situadas de práticas sociais articuladas em esferas, igualmente articuladas e permeáveis às coerções da estrutura social. As ordens do discurso consistem no componente semiótico das práticas sociais e são compostas por três padrões: os modos de representar (discursos), os modos de agir (gêneros) e os modos de ser (estilos), que atuam como coerções estruturais da construção e da reconstrução de significado. Para mais detalhes, consultar Fairclough (2003), Mateus e Resende (2015), Gonçalves-Segundo (2018), dentre outros.

Por conseguinte, as mídias digitais tornam-se espaços nos quais há uma riqueza enorme de textos que indiciam quem **projetamos ser**. Nesse processo, nossas estratégias de construção textual poderão orientar-se a efeitos de **convergência** entre esse projeto multimodal e as nossas identidades pessoais e sociais efetivamente instanciadas em nossa vida pública e/ou privada, ou a efeitos de **divergência** entre tal projeto e nossas identidades pessoais e sociais efetivas, o que está atrelado a processos de **experimentação**⁶ de ser, de agir e de representar em espaços nos quais é garantida, em maior ou menor grau, a possibilidade de camuflagem ou, mais ainda, de anonimato – pelo menos, em relação aos grupos com os quais tendemos a conviver nos espaços públicos físicos. O impacto dessa dinâmica na construção e na apreensão do *ethos* nos parece inegável.

O Facebook, por exemplo, consiste em uma plataforma que funciona na lógica da **convergência**, controlando, inclusive, as possibilidades de nomeação dos atores sociais que querem construir um perfil ligado a essa rede; além disso, as coerções estruturais e materiais⁷ operantes incidem sobre as práticas discursivas de forma a fomentar produções que sejam reveladoras de nossas representações e identidades também operantes na vida pública e privada físicas, ainda que seja possível contorná-las em algum grau⁸. Já o Twitter e o Instagram são mais flexíveis nesse sentido, oscilando entre os polos da **convergência** e da **divergência**. A liberdade de nomeação do perfil já consiste em um índice importante. No Twitter, por exemplo, não é rara a existência de perfis *fakes* de personalidades públicas de distintas esferas, seja para carnavalizá-las ou para exaltá-las, com apenas limitado controle institucional sobre o conteúdo publicado; além disso, não é incomum a performance de identidades experimentais. Muitas vezes, é justamente a divergência que consiste em fator de sucesso de variados perfis nessa plataforma. No que tange a figuras públicas, como políticos, contudo, espera-se uma convergência, ainda que saibamos que tal convergência está associada à demanda por coerência

⁶ Ramos (2015) salienta a importância de considerarmos as especificidades de cada plataforma em termos de **convergência** ou de **experimentação identitária** para trabalharmos com redes sociais digitais.

⁷ Manovich (2009), a partir de uma releitura de de Certeau (1984), situada no campo da antropologia e da sociologia digital, propõe a noção de **estratégia** para se referir às sistematizações e às coerções impostas pelas plataformas para a produção, distribuição e consumo de conteúdo.

⁸ Trata-se das **táticas**, outra noção proposta por Manovich (2009), a partir de de Certeau (1984). **Táticas** referem-se às operações criativas dos usuários em termos da manipulação dos recursos da plataforma para atingir objetivos ou gerar efeitos não previstos inicialmente, ou ainda para resistir a alguma forma de controle institucionalizada pela empresa. Não raro, ao longo do tempo, as plataformas, ao compreender o funcionamento das táticas e mensurar seu sucesso, passa a incorporá-las como recurso oficial da plataforma, dando-lhe suporte e exercendo controle. Em consequência disso, o que era antes tático acaba assimilado como estratégia.

em termos de um projeto político de representar, agir e ser tanto no mundo físico quanto no virtual.

Tendo isso em vista, cabe indagarmos: em que medida temos considerado as múltiplas possibilidades de divergência, experimentação e convergência no exame do *ethos* de distintos atores sociais/oradores nas variadas mídias sobre as quais nos debruçamos em nossos estudos? Em que medida a comparabilidade entre elas em termos do estabelecimento de um *ethos* coeso ou coerente é viável sem considerarmos essas especificidades?

Ainda sobre a riqueza e a diversidade de textos, cremos ser fundamental considerarmos a mudança no tipo de material semiótico com o qual lidamos como analistas. É claro que toda a comunicação sempre fora multimodal: o verbal sempre se mesclou aos gestos, à postura, à entonação, à expressão facial, dentre outras possibilidades. Contudo, a maior parte desses elementos sempre tendeu a ser secundária – e ainda o é – em nossas análises. Um dos fatores que explicam essa tendência histórica consiste na ausência prolongada de estudos que sistematizassem o potencial de significado dessas outras modalidades/semioses. Contudo, isso tem sido revertido nos últimos anos, em especial após a publicação da Gramática do Design Visual de Kress & van Leeuwen (2006[1996]).

O fato de que os textos produzidos, distribuídos, consumidos e interpretados no âmbito das mídias sociais digitais serem prototipicamente multimodais aumenta consideravelmente o conjunto de índices que o auditório dispõe para construir uma imagem do orador. São dezenas, centenas, milhares de textos – “textões” estritamente verbais; fotos de férias com amigos e família; fotos de trabalho com textos explicativos; compartilhamentos e/ou comentários realizados sobre filmes, clipes ou músicas – que fornecem aos diversos auditórios que acessam o perfil sentidos que, filtrados pelas distintas discursividades aos quais tais auditórios se filiam, promovem, probabilisticamente, a emergência de *ethé* variados, com os quais os “visitantes” de nossos perfis podem (ou não) se identificar, em maior ou menor grau.

Tal dimensão foi largamente negligenciada nos estudos sobre o *ethos* e foi só nesta última década que a questão tem sido explorada a contento, seja nas mídias digitais, seja nas tradicionais. Quando pensamos no papel do imagético na construção do *ethos* – o que Baronas (2015) denomina ***ethos* semiotizado** –, torna-se necessário adotar um conjunto outro de categorias de análise e teorizar sobre as formas de correlação entre o aparato descritivo, oriundo de uma gramática da imagem, e o aparato interpretativo, que considera a interdiscursividade, a intertextualidade, a ideologia, dentre outros fatores. Nesse sentido, parece-nos urgente

começarmos a trabalhar nessa articulação de forma a intensificar a precisão de nosso instrumental teórico-metodológico.

O segundo aspecto destacado por Holt (2013) consiste na produção em coautoria de perfis. Nossos perfis nas diversas mídias sociais digitais, que consistem em espaços simbólicos preferenciais para a construção de nosso *ethos*, são atualizados continuamente não só por produções nossas, mas também por produções de outros usuários da mesma mídia – nossos amigos ou seguidores –, que comentam sobre o que postamos, compartilham fotos e vídeos, reagem a nossas publicações, escrevem textos a nós direcionados ou ainda nos marcam em fotos. A alta indexação das mídias faz com que nossos seguidores consigam, muitas vezes, acessar textos em que somos objetos-de-discurso (KOCH, 2014) linguísticos ou imagéticos de perspectivas outras, produzidos por outros usuários, em um processo que subtrai, em maior ou menor grau, o nosso controle sobre o nosso próprio **projeto de ser** nas mídias digitais, ainda que cada plataforma possua estratégias – no sentido de Manovich (2009) – que permitem a cada usuário filtrar processos de indexação via marcação.

Essa permeabilidade é intensificada contemporaneamente pela alta disponibilidade de ferramentas de edição e remixagem que permite aos usuários – concebidos como *prosumers* (MANOVICH, 2009), ou seja, como atores sociais que são tanto produtores quanto consumidores de textos nas mídias digitais, com potencial de distribuição maciça em diversas redes convergentes (JENKINS, 2008) – manipular e difundir textos diversos sobre virtualmente qualquer objeto-de-discurso. Nesse processo, podemos estar diante de situações de coautoria – autorizada ou não –, de atribuição de autoria ou ainda de apagamento de autoria, nas quais um texto acaba sendo distribuído pela rede como representativo de um discurso – hegemônico, alternativo ou contra-hegemônico – com impacto potencialmente significativo (positivo ou negativo) à imagem dos envolvidos – seja dos “autores”, seja dos atores sociais referidos. Nesse último caso, o impacto é, em princípio, imensurável, como podemos observar, por exemplo, nos inúmeros eventos de linchamento virtual. Isso fica ainda mais intenso quando a recontextualização ou a manipulação explícita de conteúdo é produzida a partir das próprias palavras do alvo da manipulação, como é o caso do que ocorre com Felipe Neto, discussão que realizaremos na seção 3.

Por fim, os dois últimos aspectos discutidos por Holt (2013) – a excepcional disponibilidade e o extensivo arquivamento de textos – impactam nosso modo de concepção e de trabalho com o *ethos*, na medida em que são essas características que criam condições para

que o auditório possa acessar, a qualquer momento, textos produzidos em mídias e temporalidades distintas, em qualquer ordem, a partir de recortes e recontextualizações variadas. Tais recortes e recontextualizações instauram novas enunciações que viabilizam releituras contínuas e assistemáticas da imagem do orador pelos distintos auditórios.

Em consequência disso, é possível que convivam, simultaneamente, na arena pública virtual, *ethé* diversos de um mesmo ator social – decorrentes de uma ilusão de presente criada pelas recontextualizações – em relações complexas, dentre as quais podemos citar a de **sobreposição**, a de **complementação** ou ainda de **oposição**. Isso parece diluir as fronteiras entre *ethos prévio* (ou *pré-discursivo*) e *ethos presente* (*discursivo*), diferenciação consolidada por Maingueneau (2005), em um processo que abre espaço para que o auditório depreenda imagens do/a orador/a a partir da tensão entre esses textos circulantes – denominamos esse *ethos* emergente da contraposição entre textos que circulam simultaneamente na arena pública, sendo alvo de tematização e de debate situado sócio-historicamente, de **interethos**. Tal possibilidade de contraposição – ainda que já viável em momentos históricos prévios – alcança seu apogeu nas mídias digitais e requisita que nós, analistas, atentemos para essa tensão com novos olhares. Trataremos desse fenômeno na seção 3.

O fato é que tal dinâmica não afeta apenas o modo de trabalho dos analistas – ela atinge fundamentalmente os atores sociais que participam de práticas discursivas em mídias digitais, especialmente as figuras públicas e os influenciadores, na medida em que sobre eles circulam **imagens atribuídas** por outros atores sociais e **imagens projetadas** por si mesmos em diferentes plataformas e temporalidades, não necessariamente consistentes ou coesas entre si em termos tanto de suas respectivas posições nas diversas práticas sociais em que se encontram envolvidos, quanto de seus posicionamentos derivados de filiações discursivas.

Por conseguinte, tal configuração acaba requisitando constante atenção à construção e à reconstrução do *ethos*⁹ – Holt (2013) fala do *ethos* como um projeto perpétuo –, fazendo emergir, de forma sistemática, especialmente no âmbito de figuras públicas, práticas discursivas orientadas justamente à legitimação do *ethos*. Não raro, o *ethos* se torna objeto de argumentação em si, de forma que nós, analistas, precisamos estar preparados para lidar com esse fenômeno de modo mais depurado: com que categorias e métodos, da Linguística, da Retórica e dos Estudos Discursivos, podemos pensar na construção de um ***ethos argumentado*** em face de tanto material simbólico, de origem diversa, sobre dados atores sociais/oradores? Não

⁹ Tal posição é também partilhada por Mesti & Baronas (2019).

debateremos sistematicamente esta questão neste artigo por conta de espaço, mas faremos apontamentos iniciais na seção 4.

Tendo em vista o exposto, procuraremos esboçar, na sequência, uma sistematização das dimensões de análise do *ethos* que consideramos relevantes para pesquisas em mídias digitais. A análise do *ethos* deve considerar, pelo menos, uma categoria de cada dimensão (**origem das imagens, expressão das imagens, natureza das imagens**¹⁰). Ainda que o ideal seja trabalhar com o maior número possível de categorias no âmbito de cada dimensão, tal possibilidade decorre dos objetivos de cada pesquisa, uma vez que a cada categoria acrescida, mais complexas se tornam as correlações a serem estabelecidas, e mais extensas, as cadeias discursivas consideradas. Antes de tudo, entretanto, convém mencionar que tal elaboração – ainda que nova – sofre influências significativas de Maingueneau (2005, 2018[2014]), Baronas (2015), Galinari (2012), Amossy (2018) e Mesti & Baronas (2019).

Em primeiro lugar, assumimos que o *ethos* precisa ser considerado em termos da complexa relação que se dá entre a sua projeção na produção, a sua distribuição em cadeias discursivas e a sua apreensão na interpretação resultante do consumo textual. Em última instância, é na reconstrução interpretativa que um dado projeto de *ethos* se efetiva ou não, processo aberto a divergências, tendo em vista as filiações discursivas dos distintos auditórios. Por conta disso, acreditamos ser fundamental pensarmos na constituição do *ethos* em termos de um processo; por isso, falaremos em uma **dinâmica de (re)construção do ethos**.

Dado constituir-se em uma dinâmica, é relevante considerarmos a complexidade envolvida em termos de sua constituição na prática discursiva, considerando os processos de produção, distribuição, consumo e interpretação de textos (FAIRCLOUGH, 2003; GONÇALVES-SEGUNDO, 2018). Em termos do polo da produção, é fundamental examinarmos a **imagem projetada de si** pelo orador, cujo lugar constitutivo é a tensão entre o enunciado e a enunciação (FIORIN, 2004; PIRIS, 2019). No que tange ao eixo distribuição-consumo, julgamos relevante considerar a(s) **imagem(ns) atribuída(s) sobre o orador**¹¹ na cadeia de enunciados potencialmente acessíveis e consumíveis tanto pelo orador quanto por diferentes auditórios, uma vez que desempenham papel importante na consolidação ou na refutação de imagens projetadas prévias e/ou presentes do próprio orador/ator social. Muitas

¹⁰ Discutiremos a **natureza das imagens** apenas na próxima seção.

¹¹ O termo **imagem atribuída** também é utilizado por Sandré (2014 apud MESTI & BARONAS, 2019, p. 4) para se referir “à imagem que um locutor constrói de seu parceiro de interação”. Logo, ainda que resguarde proximidades, tal concepção parece mais restrita do que a que defendemos aqui.

vezes, essas imagens atribuídas acabam sendo alvo de tematização no âmbito de um texto produzido pelo orador(-alvo), tornando-se objeto de argumentação, de forma a constituir-se em ponto de partida para um trabalho de reconstrução do *ethos*. Nesse mesmo eixo, não poderíamos deixar de considerar as **imagens consolidadas sobre os papéis ou as identidades sociais assumidas ou performadas pelo orador**, relacionadas a estereótipos sociais (MAINGUENEAU, 2005; AMOSSY, 2018). Quanto ao polo da interpretação, é importante atentarmos para as **imagens depreendidas do orador** pelo(s) distinto(s) auditório(s) a partir dos filtros interpretativos e das disposições atitudinais associadas às suas filiações discursivas, considerando: (i) o conjunto de imagens atribuídas e projetadas prévias relevantes e acessadas pelo(s) auditório(s) previamente ao consumo de dado texto; (ii) a imagem presente projetada pelo orador no texto consumido; (iii) a imagem consolidada interdiscursivamente do papel ou da identidade social relevante do orador.

Nessa dinâmica, é importante considerarmos duas facetas subordinadas: o estatuto referencial do orador no texto e as modalidades envolvidas na construção das imagens.

Em termos da primeira faceta, é relevante apontarmos que o orador pode ser construído textualmente como um objeto-de-discurso (KOCH, 2014), seja em textos dialogais, em que os oradores se alternam no controle do turno e podem tornar-se igualmente objetos-de-discurso, em um processo de reiterada alternância entre imagens projetadas e atribuídas, seja em textos monologais, em que um orador pode explicitamente construir a si mesmo a partir de um dado conjunto de atributos – o que corresponde ao *ethos dito* de Maingueneau (2005) – ou pode construir um outro a partir de determinado conjunto de propriedades e comportamentos. Logo, a representação de um ator social como objeto-de-discurso em um texto consiste em uma possibilidade retórica de **projeção de imagem** – denominaremos **imagem projetada explícita** essa intersecção entre imagem projetada e *ethos dito*. Para a **atribuição de imagem**, contudo, tomar um ator social como objeto-de-discurso deixa de ser apenas uma possibilidade; trata-se de um imperativo ligado ao modo de funcionamento da linguagem – o que pode estrategicamente variar é o grau de precisão ou de vagueza dos processos referencial e predicativo instanciados na atribuição. Por fim, também é importante ressaltarmos que é possível projetar uma imagem de si sem fazê-lo explicitamente, ou seja, sem que o orador se construa como um objeto-de-discurso no texto. Trata-se do que Maingueneau (2005) denomina *ethos mostrado*. Nesses casos, trata-se da construção semiótica de uma imagem de si calcada

no modo de enunciar, em um ‘parecer ser. Denominaremos a intersecção entre imagem projetada e *ethos mostrado* **imagem projetada implícita**.

No que concerne à segunda faceta, consideramos que a dinâmica de (re)construção do *ethos* pode envolver múltiplas modalidades (ou semioses) em interação complexa, como a verbal, a pictórica, a gestual, a postural, a musical, dentre outras. Não assumimos, contudo, que cada modalidade tenha o mesmo potencial em termos de constituição de imagens – algo já ressaltado por Bateman (2014), no âmbito de seus estudos sobre multimodalidade de modo geral, ou ainda por Kjeldsen (2015), em termos de argumentação multimodal, ainda que o autor esteja se referindo ao *logos*, e não ao *ethos*, quando realiza tal discussão. Parece-nos, à primeira vista, que enquanto o verbal e o pictórico têm alto potencial de construção de imagens de distintas origens (projetadas ou atribuídas, implícitas ou explícitas), o postural e o gestual parecem ser mais produtivos na projeção implícita de imagens¹². Logo, não entendemos o *ethos semiotizado* de Baronas (2015) como uma categoria separada; compreendemos que a construção pictórica (estática ou dinâmica) de um ator social, como objeto-de-discurso ou não, apenas se constitui em uma possibilidade de expressão de **imagens projetadas** ou **atribuídas**.

Isso posto, passamos à análise do vídeo *Censura na Bienal!*, ponto inicial da cadeia discursiva que selecionamos para a análise.

A projeção de uma imagem ativista em *Censura na Bienal!*

Um primeiro passo complexo na análise do *ethos* consiste no recorte empreendido pelo analista. Considerando múltiplos trabalhos que se debruçam sobre o processo de construção do *ethos*, o que percebemos – e isso não é novo, na medida em que tanto Amossy (2018) quanto Maingueneau (2018[2014]) já discutem o que mencionaremos, ainda que por outros ângulos – é que tal conceito acaba se sobrepondo a noções importantes de outros campos de conhecimento ou mesmo de outras correntes teóricas no âmbito dos Estudos do Texto e do Discurso ou ainda da Teoria da Argumentação ou da Retórica. Isso torna difícil, por um lado, o trabalho de delimitação de especificidades e, por outro, o estabelecimento de diálogos profícuos e ponderados com os avanços promovidos por outras abordagens. A pergunta que fica é: quais

¹² Não arriscaremos, contudo, determinar tal correlação sem que estudos sistemáticos sejam realizados nessa frente. Há ainda muito a ser pesquisado na relação entre multimodalidade e argumentação, por um lado, e, no caso específico da temática deste artigo, entre multimodalidade e *ethos*. Para uma abordagem inicial, ver Gonçalves-Segundo & Isola-Lanzoni (2019).

são os limites do isolamento, da incorporação e da apropriação desses outros saberes e desenvolvimentos no âmbito de nossas pesquisas?

Muitas vezes, a noção de *ethos* aproxima-se ao conceito de **performance** ou **estilo** derivados de **papéis** e de **identidades sociais** que assumimos em práticas discursivas e sociais diversas – esse tipo de focalização ficará clara na análise do vídeo *Censura na Bienal!*, a ser realizada nesta seção. Em termos dessa aproximação, o diálogo com abordagens microsociológicas, como a de Goffman (2012[1967]), sociossemióticas, como a de Lemke (2008), além de crítico-discursivas, como a de Fairclough (2003) e a de Metheus & Resende (2015), pode ser relevante. Outras vezes, a noção de *ethos* associa-se a **filiações discursivas** (e seus consequentes **desdobramentos identitários**) – esse olhar perpassará o primeiro e o terceiro vídeo, ainda que secundariamente. Nesse âmbito, teorias discursivas, sociológicas e antropológicas que ressaltem o papel da estruturação social e discursiva na constituição processual, dinâmica, fragmentária, contraditória, narrativa e reflexiva da identidade possuem grande potencial de contribuição¹³. Além disso, o conceito de *ethos* pode convergir ao de **padrões atitudinais** – isso ficará nítido na análise do terceiro vídeo, *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*¹⁴. Para esse diálogo, aportes de teorias sociocognitivas, como van Dijk (2014), ou da Psicologia Social são igualmente válidos.

O recorte analítico sobre a natureza do *ethos* que interessa à pesquisa está associado a pelo menos quatro fatores: em primeiro lugar, ao gênero discursivo e à esfera de atividade humana; em segundo lugar, à dinâmica tópica do texto; em terceiro lugar, ao lugar que o texto (ou os textos) ocupa(m) na cadeia discursiva relevante, considerando os diálogos que ele estabelece com outros textos em termos de convergência ou divergência discursiva acerca de um certo objeto de perspectivação; em quarto lugar, ao papel discursivo e social assumido pelo(s) orador(es) envolvido(s), considerando sua proeminência social. Nesse artigo, os diferentes enfoques à análise da natureza do *ethos* derivam da combinação desses fatores. Ignoraremos, contudo, o primeiro fator, dispensando-nos de analisar as especificidades de um

¹³ Citamos Moita-Lopes (2002) como uma obra relevante para adentrar esse tipo de abordagem sobre identidade, que articula o discursivo e o social, em termos das propriedades acima arroladas.

¹⁴ Essas aproximações que apresentamos, neste texto, correspondem grosso modo ao que é proposto por Maingueneau (2018[2014]), ainda que sob outro olhar teórico do ponto de vista discursivo. O nosso olhar é fundamentado na concepção crítico-discursiva de ordem do discurso (FAIRCLOUGH, 2003; GONÇALVES-SEGUNDO, 2018). Maingueneau (2018[2014]) propõe que o *ethos* recubra três dimensões (diferentemente desse autor, utilizamos o termo **natureza** para nos referirmos ao tipo de categoria arrolado na sequência): a **categórica**, que envolve papéis discursivos, como entrevistador, e extradiscursivos, como médico; a **ideológica**, que abarca posicionamentos no âmbito de um campo; e a **experiencial**, que abarca características sócio-psicológicas.

ethos de *youtuber* assumido por Felipe Neto, uma vez que isso exigiria a constituição de uma cadeia diferenciada de vídeos, de diferentes produtores, ao longo de um recorte temporal.

Isso posto, passamos à análise do primeiro vídeo. Nosso objetivo, é claro, não é esgotar todo o potencial de análise do *ethos* de Felipe Neto no texto, mas focar em apenas uma das imagens que ele projeta – a de **ativista**, que acreditamos ser a principal e a que lhe rendeu a avalanche de *fake news* que requisitou a construção de um vídeo-resposta seis dias depois. Segue abaixo a *thumbnail* do vídeo com o link de acesso:

Figura 1. Thumbnail do vídeo *Censura na Bienal!*



Fonte: Youtube (Canal Felipe Neto)

Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=meqsHqP4Qw4>

A concepção de um *ethos* **ativista** aproxima-se, em termos esquemáticos, da noção de **estilo** ou de **performance** de um orador envolvido e posicionado em uma dada prática social. É de fundamental interesse para os estudos da linguagem fundamentar a análise do *ethos* em termos da apreensão de um conjunto de traços multimodais que constituem essa **imagem projetada**. No caso da análise que empreenderemos, ainda que tenhamos chamado a atenção para a importância do multimodal, restringir-nos-emos a considerações sobre padrões verbais. Além disso, tecemos a importante ressalva de que se trata da imagem projetada de ativista instanciada por Felipe Neto. Qualquer forma de generalização sobre um *ethos* **ativista** propriamente dito requisitaria um *corpus* bem mais extenso com vídeos de diversos ativistas, *youtubers* ou não, em diferentes práticas. Isso foge ao escopo deste artigo.

Em termos metodológicos, consideramos importante partirmos de uma concepção de **ativista** para embasar um olhar inicial sobre os dados (trata-se de um olhar *top-down* – do conceito às suas formas de manifestação). Nesse sentido, partirmos da seguinte concepção, que se inspira em Silva & Ruskowski (2016) e Nogueira & Câmara (2018): o **ativista** consiste em um ator social engajado em práticas sociodiscursivas orientadas à defesa de uma causa que excede o plano individual e que visa transformar a sociedade; no caso do ativismo social, tal orientação transformativa está ligada a ampliar as possibilidades de inclusão e de agência de

grupos identitários e classes sociais em geral não hegemônicos nas diversas práticas sociais. No vídeo sob análise, Felipe Neto projeta uma imagem de **ativista social** ligado à pauta LGBTQI+.

Posteriormente, a detecção de padrões linguísticos pode levar-nos a rever a definição de partida, filtrando-a e depurando-a, ou mesmo abandonando-a em face de uma outra (trata-se do olhar *bottom-up* – do contato empírico com os dados e da apreensão de padrões para a formulação de conceitos e o estabelecimento de generalizações). No caso de nossa análise, o foco foi o detalhamento das especificidades.

Na sequência, descrevemos os três principais padrões linguísticos instanciados pelo *youtuber* que permitem filiá-lo à posição **ativista**, seguidos de excertos do vídeo que atestam nossos achados:

a. Construções modais deônticas negativas que instanciam posições de enfrentamento e de interdição a ações orientadas a censurar estilos de vida LGBTQI+ (**em negrito**).

- (1) Amor não é pornografia! **Amor não deve ser censurado! Afeto não pode ser proibido para menores**¹⁵.
- (2) Só o que importa, só o que incomoda é o amor entre pessoas do mesmo sexo! Enquadrar o afeto homossexual dentro da lei de pornografia e conteúdo impróprio pra menores é censura em último nível! É baixo, é covarde! **E nós, como sociedade, nós não podemos aceitar!**

b. Construções orientadas a promover efeito de unidade do endogrupo (marcado pela primeira pessoa do plural) (**em negrito**), destacando seu potencial de vencer a força do exogrupo (instanciado ora pela terceira do plural, ora pela segunda do plural, quando se simula um diálogo direito com esse grupo, personificado, não raro, na figura do prefeito Marcelo Crivella), construído como autoritário, repressor e censor (*em itálico*). O *frame* de GUERRA é recrutado como parte desse processo, por meio de um procedimento analógico que transfere nossos conhecimentos sobre guerra para o campo do ativismo, intensificando o grau de oposição entre os grupos (sublinhado).

- (3) Baseado nisso, **galera, a gente precisa de união. A gente precisa de união**, pra que esses políticos que hoje estão no poder e que acham que vão consertar o que não precisa ser consertado através da repressão e da censura. *Que eles entendam de uma vez por todas que **NÓS temos o controle do país!** Que é a **população que determina o futuro da nação!** Que nós, unidos, somos muito mais fortes que qualquer repressão que eles possam tentar implementar!*
- (4) *Crivella, eu estou falando com você agora. Eu fiz isso pra te mostrar que não tem como você ganhar isso! É impossível! Não tem como vocês reprimirem a população em pleno 2019! Esse foi só um exemplo das milhões de coisas que **nós, como população, podemos fazer pra lutar contra o autoritarismo!** Pra*

¹⁵ Os excertos dos vídeos *Censura na Bienal!* e *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*, ambos de 2019, foram transcritos de acordo com as legendas oficiais inseridas nos próprios vídeos atuais do canal. O download pode ser feito pelo próprio YouTube. Quanto aos trechos do vídeo *Não faz sentido! – Gente colorida*, de 2010, procedemos a uma transcrição própria, segundo o modelo do projeto NURC (PRETI, 1993), dado que não havia legenda oficial inserida no vídeo. Tal possibilidade técnica é recente na plataforma YouTube.

lutar contra essa vontade ditatorial de colocar as regras que vocês têm pra si pra todos os outros. Nós não vamos viver sob essas regras! Vocês não vão vencer essa batalha! OK?

c. Construções que mostram a capacidade de atuação do agente ativista em confronto com o exogrupo, distanciando tal grupo do alcance dos objetivos projetados e aproximando o endogrupo da transformação social visada (**em negrito**).

- (5) Então, pra poder passar um recado de união e pra poder mostrar pra essas pessoas que eles não irão censurar conteúdos LGBT, **eu tomei uma atitude hoje. Eu comprei todo o estoque de todos os principais livros com temática LGBT da Bienal do Livro do Rio de Janeiro. E todos eles serão entregues de graça amanhã pra quem estiver na Bienal e quiser um livro de graça!** Cada um dos livros vai estar embalado em plástico preto com um aviso: “Este livro é impróprio para pessoas atrasadas, retrógradas e preconceituosas”.
- (6) Então, **eu tô tentando fazer a minha parte, pelo menos um pouquinho, pra gente ter uma sociedade mais igual, com mais aceitação e com mais inclusão.** Vai lá, pegue seu livro grátis amanhã na Bienal do Livro! Você não precisa fazer nada. É só ir lá e pedir seu livro.

Depreendemos, portanto, que são traços significativos da construção da **imagem projetada ativista** (social), instanciada por Felipe Neto, um alto comprometimento (i) com a transformação social, marcada por um esforço de mobilização do endogrupo, que deve estar em estado de prontidão para a luta simbólica, e pela capacidade de ação do agente ativista; (ii) com o enfrentamento do estado-de-coisas presente, marcado pela exclusão, pelo preconceito, pela censura, tendo em vista a atuação do exogrupo, construído como autoritário e personificado em um suposto líder (no caso, Crivella), mas incapaz de vencer o endogrupo, caso esse esteja unido.

Isso posto, passamos à análise do segundo elo da cadeia: o *tweet* de Carla Zambelli (PSL).

Interethos e filiação discursiva: o papel do auditório na depreensão de imagens

Ainda no mesmo dia em que Felipe Neto publica o vídeo *Censura na Bienal!*, uma campanha difamatória é deflagrada nas mídias digitais: são inúmeras postagens no Twitter, no Facebook e em grupos de WhatsApp orientadas a atacar a imagem do *youtuber*. O teor dos textos é variado: dentre eles, talvez a mais chocante tenha sido a acusação de que ele incentivara menores a ingressar em fóruns de pedofilia. A “notícia” fora desmentida por agências de verificação de fatos, como a Lupa¹⁶, constituindo-se em mais um exemplar textual de **desordem informacional**.

Wardle & Derakhshan (2018) utilizam o termo **desordem informacional** para se referir a uma diversidade de processos contemporâneos de construção, de distribuição e de consumo

¹⁶ Para detalhes, ver <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/09/10/verificamos-chans-felipe-neto/>.

de informação que englobam o que comumente se denominam *fake news*. Os autores trabalham com três categorias de difícil tradução: **misinformation** (informação falsa distribuída por atores sociais que acreditam em seu conteúdo), **disinformation** (informação falsa distribuída por atores sociais que sabem que o conteúdo não é verdadeiro, com o objetivo de enviesar o debate público) e **mal-information** (informação baseada na realidade, distribuída por atores sociais com o objetivo de gerar danos). É sobre um caso de **mal-information** que nos debruçaremos nesta seção, visto que se trata de uma recontextualização de um vídeo que, de fato, fora produzido e publicado por Felipe Neto, mas que acabou enquadrado como se representasse a verdadeira (e atual) posição do *youtuber* acerca da população LGBTQI+. O problema é que se tratava de um vídeo de 2010...

O vídeo, intitulado *Não faz sentido! – Gente colorida*, é alçado à arena pública contemporânea por meio de um *tweet* da deputada federal Carla Zambelli, que incorpora um recorte de cerca de 2 minutos de tal texto. O vídeo é enquadrado pelo enunciado verbal *Veja o que Felipe Neto realmente pensa dos LGBT's!*, que contrai o dialogismo (MARTIN & WHITE, 2005) por meio do advérbio *realmente*, ao demarcar a existência de um discurso outro divergente¹⁷, cuja validade é cancelada – nesse sentido, o *youtuber* estaria apenas simulando a postura ativista (*posar de herói LGBT*), quando a verdade seria outra: a LGBTQI+fobia mostrada no vídeo de 2010.

Conforme veremos, esse vídeo entrará em contraposição ao vídeo *Censura na Bienal!*, de forma a fazer emergir um conflito entre dois *ethé* bem diversos, com possíveis impactos na credibilidade do *youtuber*. Do recorte do vídeo, destacamos dois excertos centrais. Adiantamos que, diferentemente do que realizamos na seção anterior, não nos deteremos nas marcas linguísticas que caracterizam a imagem projetada no vídeo. A discussão será centrada na imagem depreendida por diferentes auditórios.

Quadro 1. O *tweet* de Carla Zambelli e o vídeo *Não faz sentido! – Gente colorida*¹⁸

(7) O Felipe Neto, hoje, quer posar de herói LGBT.
Mas alguém se lembra de como ele começou a carreira de *youtuber*?

¹⁷ Como veremos, esse discurso outro consiste justamente na representação de que Felipe Neto é um ator social favorável à causa LGBTQI+.

¹⁸ O excerto (7) corresponde aos enunciados verbais da deputada; os excertos (8) e (9) consistem nos trechos que selecionamos para análise.



(8) hoje em dia tá na moda ser bissexual... não é mais porque eh: um homem é homossexual e passou por várias coisas durante a vida... e percebeu que o que ele gostava era realmente de ter relacionamento homossexual... não é mais isso... tá virando moda... a situação vai ficar tão escrota que daqui a pouco vai ser errado você ser heterossexual... nossa você só gosta de mulher? você é tão preconceituoso... Cruzes... não é uma previsão muito difícil de acontecer...

(9) essa é grande diferença que eu digo entre... o homossexual... e o viadinho... ele não [] essa voz e falando assim porque ele realmente sente necessidade de falar assim ele está fazendo isso porque ele quer aparecer... e ele tenta... parece que ele tenta mostrar pra você... imprimir na sua cara assim... eu sou viadinho... eu sou viadinho... e ele exporta isso ele bota pra fora isso com uma energia tão podre tão artificial... tão mal feita...

Fonte: *Twitter* (Carla Zambelli); *YouTube* (Canal Felipe Neto)

Tweet: <https://twitter.com/CarlaZambelli17/status/1170195344841412613>

Vídeo: <https://youtu.be/KCnouVHROPo>

O *tweet* e os excertos acima destacados permitem depreender que a imagem projetada de ativista em prol da causa LGBTQI+, construído no vídeo *Censura na Bienal!* (2019), entra em franca oposição com a **imagem projetada** LGBTQI+fóbica, construída no vídeo *Não Faz Sentido!* – *Gente colorida* (2010). Poderíamos argumentar que esse último vídeo poderia integrar o *ethos* prévio (ou pré-discursivo) do *youtuber*; contudo, seu distanciamento temporal e a mudança no perfil de postagens do orador pode ter distanciado o auditório dessa outra imagem de Felipe Neto. Logo, a **imagem projetada** LGBTQI+fóbica só se torna relevante no momento em que o vídeo é recontextualizado durante o referido episódio de censura na Bienal do Rio de Janeiro; nesse sentido, emerge uma nova enunciação, e a arena virtual passa a ser palco para a coconstrução de duas **imagens projetadas presentes** antagônicas. Ainda que haja discrepância temporal e o vídeo “preconceituoso” tenha sido produzido anteriormente, sua possibilidade de consumo presente, inclusive posteriormente ao vídeo *Censura na Bienal!*, torna a fronteira entre o caráter prévio e presente de tais imagens bastante porosa e talvez irrelevante no que concerne a esses dois textos.

As redes sociais passam, então, a comportar um debate polarizado sobre o *ethos* de Felipe Neto, em que diferentes grupos argumentam favorável ou desfavoravelmente em relação a uma dada apreensão de sua imagem. Tal constatação tem consequências importantes que merecem destaque em nossa discussão.

A primeira delas diz respeito à já debatida distinção entre a **imagem projetada** pelo orador e a **imagem apreendida** pelo auditório; o que gostaríamos de destacar, por ora, é que a distância entre o projeto e a apreensão parece ser resultado, por um lado, das filiações discursivas do(s) auditório(s) que consomem e interpretam o texto e seu grau de compatibilidade com as filiações discursivas do orador e, por outro lado, do acesso a **imagens projetadas prévias** relevantes – que podem ser, inclusive, recontextualizados no presente e internalizados em algum texto como ponto de debate –, bem como a **imagens consolidadas** relativas à posição ou à identidade social do orador¹⁹.

A segunda consequência é que o *ethos* pode tornar-se alvo de disputa, ou seja, objeto de argumentação para o qual se voltam estratégias ligadas ao *pathos* e ao *logos*. Ainda que não nos detenhamos sobre esse aspecto neste artigo, trata-se de um terreno fértil para pesquisa futura, intensificado pelo modo de funcionamento das mídias digitais, conforme já discutimos na seção 1.

A terceira consequência envolve o próprio procedimento analítico. Considerando que temos acesso – com razoável facilidade – a outros textos que não só comentam e avaliam uma dada produção discursiva, como também respondem a essas produções nas mais variadas mídias digitais, a dinâmica das cadeias discursivas em meio digital oferece ao analista a oportunidade de: (i) testar suas hipóteses acerca da eficácia da **imagem projetada**; (ii) verificar as **imagens apreendidas** por diferentes auditórios a partir ou a despeito da **imagem projetada**; (iii) observar, diretamente, o processo de **argumentação sobre o ethos**; (iv) gerar hipóteses acerca das divergências e das convergências encontradas. Para isso, a multidisciplinaridade parece um caminho cada vez mais válido: a Teoria da Comunicação, a Sociologia, a Linguística, os Estudos do Discurso, a Psicologia, as Ciências Cognitivas, a História – além de outras áreas afins – podem fornecer subsídios importantes para o trabalho com essas distintas possibilidades de pesquisa.

¹⁹ Não discutiremos essa ordem de influência neste artigo. Na próxima seção, acrescentaremos ao debate o papel das **imagens atribuídas** por outros atores sociais/oradores.

Neste artigo, focaremos, a título de ilustração, no segundo e no quarto itens expostos anteriormente, buscando verificar as **imagens depreendidas** por diferentes auditórios e, na sequência, apresentar alguma razão explicativa para a divergência. Em nosso caso, creditamos especialmente essa diferença às filiações discursivas do auditório e à sua compatibilidade com os discursos que subjazem aos diferentes vídeos no que tange à aceitação ou ao rechaço da diversidade de orientações sexuais.

Nesse sentido, o que observamos é que auditórios filiados a discursos conservadores, que rechaçam os direitos e as condições de existência de grupos LGBTQI+ ou ainda a instanciação de comportamentos LGBTQI+, tendem a interpretar que o texto de 2010 seria representativo do verdadeiro Felipe Neto. Tal grupo tende a explicar a mudança na atitude do *youtuber* – que talvez atinja o ápice em 2019 – como um sinal de uma adaptação calcada na necessidade de angariar seguidores e, portanto, de ganhar dinheiro e fama. Logo, emerge do contraste um *interethos* de **hipócrita** e de “**vendido**”.

Conforme discutimos na seção 1, estamos denominando *interethos* a imagem de um orador depreendida por um auditório a partir da comparação entre textos, de qualquer natureza modal; não se trata, portanto, de uma imagem inferível a partir de um único exemplar textual. Embora destaquemos a sua importância no que tange a produções que circulam de modo recontextualizado e “presentificado” – independentemente da sua data original de produção – na arena pública, física ou virtual, o termo também poderia ser aplicado a um texto presente em que o auditório compara a performance vigente do orador a performances prévias, considerando aspectos representacionais, acionais ou identitários. O *interethos* pode ser marcado por continuidades ou descontinuidades – no caso em pauta, a descontinuidade é gritante. Nesses casos, a avaliação da mudança é altamente suscetível à filiação discursiva do auditório, que pode atribuir-lhe um valor positivo ou negativo. Os exemplos abaixo ilustram a avaliação negativa, que culmina na depreensão de um *interethos* de **hipócrita** e de “**vendido**”:

Quadro 2. Comentários referentes ao vídeo *Não faz sentido!* – *Gente colorida*²⁰

Conjunto de comentários (2019) na página do vídeo original, após o *tweet* de Carla Zambelli

 **3-midiotube Almeida** 2 meses atrás
Eu vim pelo video aonde o felipe neto mostrou a verdade 2019
👍 12 🗨️ RESPONDER

 **Anderson Vini** 2 meses atrás
Nitidamente ele pensa assim até hoje. O que corrompeu foi o desespero de se manter na mídia.
👍 26 🗨️ RESPONDER

Conjunto de comentários (2018-2019) na página do vídeo original, depois da campanha eleitoral e antes do *tweet* de Carla Zambelli

 **Hugo Ferreira** 1 ano atrás
Ele é um cuzão. Ele era um mito.
👍 30 🗨️ RESPONDER

 **Jonatas Silva** 4 meses atrás
Felipe Neto 22 anos: odeio pessoas que usam roupas coloridas
Felipe Neto 31 anos: cabelo arco íris
👍 436 🗨️ RESPONDER

Fonte: Elaboração própria

Por outro lado, auditórios filiados a discursos progressistas, que rechaçam qualquer forma de censura e de interdição a identidades e performances LGBTQI+ e que apoiam seu processo de inclusão social, tendem a interpretar que o texto de 2019 seria representativo do Felipe Neto de verdade. O texto de 2010 mostraria que é possível um ator social evoluir e mudar de postura, vencendo preconceitos arraigados durante a socialização por meio do conhecimento. Logo, emerge do contraste entre os vídeos um *interethos* de **desconstruído** e de “amadurecido”.

Quadro 3. Comentários referentes ao vídeo *Não faz sentido!* – *Gente colorida*

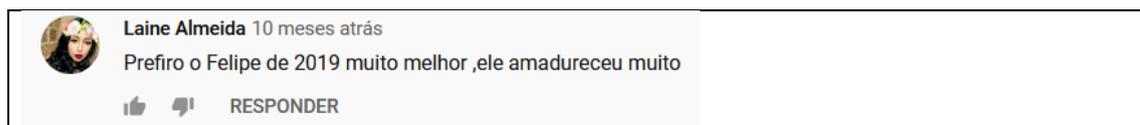
Conjunto de comentários (2019) na página do vídeo original, após o *tweet* de Carla Zambelli

 **Gustavo Tavares Oliveira** 2 meses atrás
Alguém assistindo em 2019, pós censura do Crivella? kkk Que bom que você cresceu, Felipe Neto! Parabéns!
👍 🗨️ RESPONDER

Conjunto de comentários (2019) na página do vídeo original, depois da campanha eleitoral e antes do *tweet* de Carla Zambelli

 **Sanny Ádylla** 6 meses atrás
Apesar dos traços zueiros, da pra ver o quanto ele era preconceituoso em relação lgbt até por falta de conhecimento
👍 🗨️ RESPONDER

²⁰ Também incluímos comentários anteriores à postagem do vídeo *Censura na Bienal!* para mostrar que esse processo já se iniciara anteriormente e que o contraste entre vídeos pode, inclusive, acontecer – ainda que em menor volume – sem que haja alguma polêmica disparadora. Isso decorre justamente da excepcional disponibilidade e do extensivo arquivamento de textos, debatido na seção 1.



Fonte: Elaboração própria

Tendo ressaltado a relevância da relação entre auditório e filiação discursiva na **depreensão de imagens** a partir do contraste entre textos, partimos para a análise do vídeo *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*, que possibilitará discorrermos sobre **imagens projetadas atitudinais** e sobre a importância das **imagens atribuídas** no trabalho de reconstrução do *ethos*.

O trabalho de reconstrução do *ethos* em *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*: entre imagens projetadas e atribuídas

Conforme anunciamos na introdução deste artigo, o último vídeo consiste em uma resposta do *youtuber* Felipe Neto ao conjunto de textos que integraram a campanha difamatória que o tomou como alvo.

Figura 1. Thumbnail do vídeo *É hora de falar a verdade... Mostre pros seus pais*



Fonte: Youtube (Canal Felipe Neto)

Vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=7hqI42oskv4>

O lançamento do vídeo foi antecipado no *Twitter* do *youtuber* com o seguinte texto:

- (10) Gravei hoje talvez o vídeo mais importante do meu canal. § Um desabafo para todos os adultos, principalmente os pais, q não conhecem de fato meu trabalho. § Amanhã, preciso de vcs. § Mostrem o vídeo para quem vc sabe q não conhece meu trabalho e acredita em mentiras a meu respeito.

É de significativo destaque nessa postagem o endereçamento a dois auditórios: em primeiro lugar, o auditório composto pelos seguidores de Felipe Neto – durante o vídeo, o *youtuber* proporá, inclusive, que os filhos assistam ao vídeo junto aos pais – e, em segundo lugar, um auditório composto preferencialmente por pais que não são seguidores do canal e que foram um dos alvos consistentes da campanha difamatória. É, entretanto, especialmente com esse segundo auditório que o *youtuber* buscará dialogar, auditório esse que não consiste em seu público prototípico. Logo, considerando a mudança de auditório – e, possivelmente, de filiações

discursivas –, o que observaremos é que o *youtuber* passa a apagar a **imagem de ativista projetada** no primeiro vídeo, que estava associada a uma posição de enfrentamento contra-hegemônico em uma prática midiática, para ressaltar um conjunto de **imagens projetadas** atitudinais – **inofensivo, ponderado, desconstruído, resistente e indignado** –, orientadas a substituir as imagens atitudinais atribuídas de **homofóbico** e “**desvirtuador**” (e até **criminoso**) que circularam intensamente entre 6 e 12 de setembro de 2019 no âmbito da campanha difamatória.

Antes de passarmos à análise dos traços linguísticos que instanciam cada uma dessas **imagens projetadas**, é importante destacarmos o papel da interação entre as **imagens atribuídas** a Felipe Neto na campanha difamatória e a **reconstrução** de seu *ethos* nesse vídeo. Ao internalizar para o texto as quatro principais *fake news* que o tomaram como alvo, de forma a buscar mostrar sua inconsistência, o *youtuber* acaba também trazendo para o vídeo as imagens derivadas dos ataques, buscando, então, substituí-las por outras. O processo de construção do *ethos* é, portanto, afetado tanto pelas **imagens projetadas prévias** que o próprio *youtuber* construiu – algumas em consonância, outras em dissonância com a **imagem projetada presente** – quanto por essas imagens distribuídas sociossemioticamente na rede, que emergem não só de postagens de variados atores sociais vinculados a distintas discursividades, como também de recontextualizações de enunciados do próprio *youtuber* produzidas por outras vozes autorais. Trata-se de dinâmica complexa e relevante, na medida em que se constitui em uma disputa de sentidos que impacta sobremaneira na **depreensão da imagem** pelo auditório e que abre brechas para a emergência de *interethé* depreendidos de forma favorável ou desfavorável ao *youtuber*.

Neste vídeo, as **imagens atribuídas** tornam-se foco de tematização, e o processo de reconstrução do *ethos* do *youtuber* passa ao primeiro plano, na medida em que mudar a perspectivação sobre si diante dos pais é fundamental para garantir o acesso de adolescentes ao canal, fatia de público relevante do *youtuber*.

Tendo isso em vista, passamos à análise dos traços que constituem as **imagens atitudinais projetadas**. Entremearmos a esse procedimento uma discussão qualitativa acerca do potencial impacto dessas construções na **depreensão** do *ethos* pelo auditório. Embora a análise tenha seguido a lógica *bottom-up*, a exibição dos resultados segue a *top-down*, por otimizar a exposição:

a. **Imagem projetada de inofensivo:** definimos a **inofensividade** como a atitude de não prejudicar, física ou emocional, o outro por meio de um dado comportamento, de forma que o ator social acabe não representando uma ameaça para esse outro. Trata-se de uma projeção relevante, na medida em que mostrar-se incapaz de afetar negativamente o outro – no caso, seja “doutrinando-o”, seja “desvirtuando-o” – é fundamental para que não seja regulado o acesso ao canal, não haja perda de capital simbólico e nem decorra disso decréscimo de receita publicitária.

Em termos de marcas linguísticas, os excertos orientados a essa projeção tendem a apresentar:

- (i) atos de fala diretivos, dentre os quais destacamos desafios e comandos (**em negrito**);
- (ii) perguntas/ofertas/condicionais com modalidade volitiva (*em itálico*), além de anguladores de contração dialógica (sublinhado), que denotam sinceridade e confiança no conteúdo proposicional dos enunciados.

(11) Esse vídeo é, de uma vez por todas, pra mostrar o que que acontece nos bastidores, o que que falam a respeito desse canal e o que que tem de verdade e de mentira por trás disso pra que você sinta mais segurança, pra que os seus filhos possam assistir ao meu conteúdo sem você acreditar em mentiras a respeito do que eu vou passar pros teus filhos. Então, por favor, **assista esse vídeo** [...] *Afinal, se o seu filho quiser assistir a um filme, se ele quiser ver um desenho, se ele quiser comprar uma revista, você não vai ver o conteúdo? Você não vai querer ver o que que ele tá consumindo? Então, se você quer saber o que ele tá assistindo no YouTube, **assista esse vídeo.***

(12) Você entende que, pra você poder ter certeza de que seu filho está assistindo uma coisa saudável, você tem que conhecer? Então, *eu quero te convidar pra se inscrever no canal. De verdade! E assistir aos vídeos que saem aqui! **Eu desafio você, de verdade! Eu quero fazer um desafio pra você, pai e mãe, que acha que eu sou uma má influência ou que acha que o meu conteúdo é terrível! Eu te faço um desafio: assista os meus vídeos por uma semana!*** [...] Quem diz que o meu conteúdo é má influência pra jovens não assiste o meu canal! Não faz a menor ideia!

b. **Imagem projetada de ponderado:** compreendemos tal atitude como a capacidade de conviver com o dissenso e não radicalizar posicionamentos discursivos dicotômicos que suprimem o pensamento crítico em prol do enviesamento cognitivo. Parece-nos relevante que o *youtuber* – a fim de não provocar antagonismo (Cameron & Weatherbed, 2014; Gonçalves-Segundo & Rodrigues, 2016; Gonçalves-Segundo, 2019) em relação a membros do auditório focal com filiações discursivas (potencialmente) não progressistas – projete uma imagem que o exclua da polarização política vigente do país. Trata-se, contudo, de uma estratégia arriscada, uma vez que a voz autoral se expõe à depreensão de um *interethos* de **conciliador** por parte de membros do grupo progressista, que podem ver a atitude como representativa de um recuo financeiramente interessado, ou ainda de um *interethos* de **manipulador**, na medida em que o

grupo conservador pode entender o movimento como uma tentativa de esconder uma filiação discursiva progressista, levando em conta o forte teor ativista do vídeo anterior; além disso, pode ainda alimentar a representação de que o Felipe Neto verdadeiro é, de fato, o do vídeo de 2010. Independentemente de tais riscos – só observáveis por pesquisas de recepção ou pela análise cuidadosa da rede de comentários –, projetar-se **ponderado** parece ser estratégico justamente no sentido de ressaltar a inverossimilhança das representações da campanha difamatória, que não seriam condizentes em relação a um orador dotado de tal atitude racionalista. Um outro dado que contribui para isso é o fato de Felipe Neto hierarquizar distintas vozes sociais no que tange à decisão acerca da educação dos filhos, colocando-se em posição inferior à dos pais, demarcando, assim, uma atitude projetada de respeito aos valores familiares.

Em relação às marcas linguísticas, destacam-se três conjuntos:

(i) construções de polaridade negativa que contraem o dialogismo, de forma a dissociar direita e reacionarismo, evitando, assim, “politizar” sua atitude diante de um novo auditório, que poderia tomá-lo como membro do exogrupo. Tal projeção constitui, assim, um recuo em relação ao *ethos* ativista original e pode ser observada no excerto (13) a seguir (**em negrito**);

(ii) construção de discurso relatado que indicia um posicionamento discrepante acerca da imagem do *youtuber*, flertando, condicionadamente, com a validade do dissenso (*em itálico*);

(iii) construções condicionais que aventam hipóteses sobre a situação e o comportamento de dois segmentos do auditório: o central (pais) e o periférico (adolescentes e jovens adultos). Podemos observar os padrões (ii) e (iii) no excerto (14) (sublinhado):

(13) Com o que aconteceu na Bienal, muitos políticos acharam que aquilo foi uma afronta de fato à direita brasileira! De onde eles tiraram isso, eu não faço a menor ideia! **A direita brasileira não é a que defende censura. Não é a que defende imposição de valores que não são de todas as pessoas! Essa imposição de moral – “S minha moral... a minha noção de moral tem que ser imposta a todas as pessoas...” – não é coisa da direita! É coisa de pessoas reacionárias! Pessoas atrasadas, pessoas retrógradas! Se elas se identificam com a direita, é apenas uma coincidência. Porque isso não significa ser de direita!** Mas, enfim, deixando direita e esquerda de lado, porque esse debate se tornou um problema no Brasil, alguns políticos tomaram pra si essa causa de lutar contra a comunidade LGBT.

(14) E se você tem um pai ou uma mãe que não conhece o meu trabalho, que não sabe o que que é esse moleque, “esse tal de Felipe Neto, que faz uns vídeos que meu filho adora, mas ele é meio idiota”, mostra esse vídeo pro seu pai ou pra sua mãe [...] E, se no final desse vídeo aqui, você [pai ou mãe] falar “Não, mas eu continuo achando que você não serve pro meu filho!”, tudo bem. Não tem problema! É seu direito como educador do seu filho. Mas assiste até o fim.

c. **Imagem projetada de desconstruído:** concebemos tal atitude como a capacidade de rever posicionamentos e atitudes excludentes contra grupos minoritários, de reconhecer privilégios e de adotar modos inclusivos de ver o outro, de tematizar a alteridade e de posicionar-se diante

de pautas protagonizadas por esses outros. Trata-se de uma projeção relevante, na medida em que, por um lado, dialoga com o grupo progressista – e possivelmente, de forma mais direta, com os adolescentes e jovens adultos –, que vê na desconstrução um caminho para a mudança social, em um processo que ratifica o *interethos* então circulante sobre o *youtuber* nesse grupo; por outro, dialoga com os membros do grupo adulto que não partilham dos pressupostos do discurso progressista – mas que não se situam no polo conservador –, buscando mostrar-lhes como o conhecimento permite autoconhecer-se, reconhecer as mazelas sociais e os privilégios (ser “homem branco heterossexual”) e, assim, mudar de atitude para uma postura mais inclusiva. É interessante que, nesse processo, Felipe Neto diferencia claramente ser racista, ser homofóbico e ser machista de ‘reproduzir discursos racistas, homofóbicos e machistas, minimizando, assim, os riscos de um auditório sentir-se acusado de ser preconceituoso. De alguma forma, a projeção da imagem de desconstruído dialoga com a de ponderação.

No tocante às marcas linguísticas, destacamos a combinação entre:

(i) construções de aspecto progressivo e iterativo que enfatizam aprendizagem e reposicionamento constante (**em negrito**); (

(ii) uso da primeira do singular para assumir atitudes passadas condenáveis, contrastadas com o presente (*em itálico*);

(iii) seleção lexical que reconhece a inculcação social de discursos de ódio e do estatuto de privilegiado (sublinhado); e

(iv) convite à reflexão do auditório sobre o processo de mudança, marcado pela 2ª do plural, perguntas, condicionais e imperativos (pontilhado).

(16) *Então, eu, constantemente, me pego aprendendo algo novo. Lendo algo novo, descobrindo uma nova realidade que eu não fazia a menor ideia! E foi assim que eu consegui começar a lutar contra a **minha homofobia**, contra o **meu machismo**, contra o **meu até racismo**! Porque o preconceito é institucionalizado! Não é que você é uma pessoa que pode ser racista – apesar de que tem muitos que são, mas enfim... –, às vezes você **reproduz** pensamentos e atitudes racistas, machistas, homofóbicas, porque é institucionalizado! E você acha que é normal ser assim! Enfrentar isso é um aprendizado. *E eu aprendi!* E aprendo todos os dias, porque você nunca tá 100% perfeito, ainda mais um homem branco heterossexual. Irmão, você tem que aprender **todos os dias** a como evoluir! Então, sim, *eu fiz uma piada homofóbica anos atrás*. Mas quem era você anos atrás? Tenta pensar! Se você pensar em você próprio anos atrás e olhar pra hoje e você achar que não mudou nada, você tá vivendo errado, irmão! Você está vivendo errado! Você tá passando pela vida sem aprender nada! E isso é inadmissível! Concorda comigo?*

d. **Imagem projetada de resistente:** entendemos a resistência como a capacidade de enfrentar, de não ceder ou ainda de vencer uma força intensa orientada a abalar física, mental, financeira ou socialmente (dentre outras possibilidades) uma entidade ou grupo. Parece-me tratar-se de imagem relevante, na medida em que o *youtuber* induz a interpretação de que confia no seu

próprio trabalho e no senso crítico do auditório para enxergar o que é *fake* e o que é real. Nesse processo, construir-se como capaz de manter sua credibilidade, sua reputação e – mais ainda – sua postura nos vídeos constitui-se em ingrediente importante para a reconstrução de sua imagem: em vez de recuar e fazer *mea culpa*, o *youtuber* enfrenta o discurso outro e o desafia. É, inclusive, relevante apontar que, na construção dessa imagem, o *youtuber* parece dialogar com um terceiro auditório: o do grupo envolvido na campanha difamatória. É especialmente contra esse grupo que a resistência é construída e é contra a sua suposta imoralidade que o *youtuber* se volta e se indigna – conforme veremos no item ‘e’.

No que se refere às marcas linguísticas, destacamos a combinação entre:

(i) construções modais dinâmicas (capacidade) orientadas a indiciar a força da voz autoral (**em negrito**);

(ii) verbos e locuções verbais que denotam coordenação e intencionalidade explícita de atacar o orador (*em itálico*);

(iii) construções proporcionais que evidenciam sua capacidade de congregar grupos a seu favor (sublinhado).

(17)Essas pessoas... elas ficaram tão revoltadas, que *elas começaram a compartilhar compulsivamente qualquer mentira... qualquer... qualquer matéria que envolvesse o meu nome e que fosse prejudicial pra minha imagem! E tudo isso foi orquestrado, tudo isso foi criado intencionalmente pra tentar destruir a minha reputação!* E eles **não vão conseguir!** Sabe por que que eles **não vão conseguir?** E aliás, eu quero deixar esse aviso aqui pra **você que acha que vai conseguir, você não vai conseguir!** Sabe por quê? Porque pra cada pessoa que você mente e convence que eu sou uma má influência, três ficam sabendo que eu não sou! Porque três vão se informar a meu respeito e descobrem a verdade. Então, quanto mais campanha negativa vocês fizerem, mais pessoas vão enxergar a verdade desse canal, que é o que eu vou mostrar nesse vídeo.

e. **Imagem projetada de indignado:** definimos a indignação como a atitude afetiva que revela um desejo de reparação resultante de uma injustiça que atinge negativamente uma determinada entidade ou grupo, não raro com nenhuma responsabilidade ou controle real sobre o que a/o atinge. Trata-se de imagem relevante nessa reconstrução do *ethos*, na medida em que pode estar orientada tanto a captar empatia (Gonçalves-Segundo, 2019) dos distintos auditórios, de forma a buscar construir-se como vítima de uma campanha difamatória organizada por um partido construído como imoral, quanto a captar antagonismo em relação ao PSL, maximizando sua imoralidade, processo que é intensificado pela ativação do *frame* de GUERRA. Ademais, a **indignação** mostrada parece constituir como um apelo retórico orientado a levar o auditório focal a aderir à posição do *youtuber*. Temos, nessa projeção de imagem, uma sensível intersecção entre *ethos* e *pathos*.

Em termos de marcas linguísticas, destacamos a combinação entre:

- (i) construções orientadas a destacar a anormalidade e a imoralidade do exogrupo (**em negrito**);
- (ii) construções que generalizam o comportamento de um indivíduo para o grupo, tomando aquele como sintoma deste (*em itálico*);
- (iii) construções que indiciam incapacidade de dizer perante o absurdo comportamento do exogrupo (sublinhado);
- (iv) seleção lexical (verbos e nomes) que ativam o *frame* de GUERRA (pontilhado).

(18) Então, ficou claro, né? Nunca ensinei a acessar a Deep Web, muito menos a encontrar fóruns de pedofilia por aí. Aliás, **é importante deixar claro que um dos deputados do PSL, que organizou os ataques, que inclusive começou os ataques contra mim anteontem, no Twitter, está sendo processado por mim nesse momento, porque ele falou publicamente que eu ensinei crianças a entrarem na Deep Web e que foi assim que os terroristas do atentado na escola de Suzano souberam como fazer o ataque! Olha o nível de insanidade dessas pessoas! Ele já foi obrigado pela justiça a apagar o post. Sabe o que ele tá alegando agora pra não ser processado? Imunidade parlamentar! Isso é o PSL! Ele tá alegando que tem imunidade parlamentar pra dizer publicamente, no Twitter, onde ele não é deputado de coisa alguma, que eu tive participação no atentado terrorista de Suzano! Isso é o PSL!**

(19) O PSL, que é o partido do Presidente da República, é um partido que eu não consigo botar em palavras o nível das pessoas que compõem o partido. Eu queria poder botar em palavras. Eu queria poder chegar aqui e falar "Não, são pessoas que infelizmente sofrem de algum atraso intelectual, que tem algum tipo de problema mesmo, né?", mas nem isso é suficiente pra descrever! Esses deputados sairam em guerra contra mim! **E uma guerra que é absolutamente insana! Eles estão dispostos a qualquer coisa! E isso inclui mentir escabrosamente!** Isso inclui criar fake news mentirosas, manipuladas e criadas intencionalmente! O Alexandre Frota, que fazia parte, ele já denunciou publicamente que existe um QG, né?, um local onde opera a milícia virtual do PSL, que são pessoas que trabalham diariamente pra poder atacar reputações, criar fake news e criar correntes pra destruir a reputação de pessoas que eles consideram inimigos!

Tendo em vista o exposto, podemos concluir que este vídeo atesta o trabalho contínuo com o *ethos*, que parece ser cada vez mais necessário no que tange a figuras públicas em mídias digitais. A emergência de um vídeo de cerca de 25 minutos – produzido pelo maior *youtuber* do país, voltado basicamente ao trabalho com o *ethos* por meio tanto da refutação das *fake news* (o que, necessariamente, passou pela internalização textual de imagens atribuídas negativas a serem combatidas), quanto da instanciamento de uma série de estratégias (dentre elas, a projeção de um conjunto de *ethé* atitudinais) orientadas a trazer os pais junto dos filhos para um momento de copersuasão desse novo auditório – é um sinal claro dessa nova dinâmica, dinâmica essa que impõe desafios teóricos, metodológicos e analíticos sobre os quais nós, pesquisadores, ainda precisaremos nos deter com muito rigor. Esse artigo – acreditamos – consistiu em um passo nesse sentido.

Considerações finais

Nosso objetivo, neste artigo, foi discutir uma série de desafios que as práticas discursivas em mídias digitais, considerando os processos de produção, distribuição, consumo e interpretação de textos, impõem no que tange à operacionalização da dinâmica de (re)construção do *ethos* em análises retórico-discursivas.

Propusemos que a análise do *ethos* devesse considerar a sua dinâmica em cadeias discursivas a partir do exame correlacionado entre três dimensões:

- (i) **a origem das imagens:** imagens projetadas, atribuídas, consolidadas e apreendidas;
- (ii) **a expressão das imagens:** modalidades verbal, pictórica, gestual, postural, musical, dentre outras, levando em conta suas interações;
- (iii) **a natureza das imagens:** imagens associadas a papéis e identidades sociais, imagens vinculadas a filiações discursivas e ideológicas, e imagens ligadas a disposições atitudinais.

Além disso, destacamos o papel da recontextualização e da remixagem de produções discursivas, dos diferentes perfis de mídias digitais – que ora enfatizam convergência, ora experimentação identitária –, e da diversidade potencial de auditórios (com suas distintas filiações discursivas) que concerne aos processos de construção e reconstrução do *ethos*. No âmbito dessa discussão, chamamos atenção para as noções de *interethos* e de *ethos argumentado*, articulando a primeira à apreensão de imagens a partir do contraste entre diferentes imagens projetadas do mesmo orador, e a segunda, ao trabalho de reconstrução argumentada (via *logos* e/ou *pathos*) do *ethos* a partir de imagens prévias projetadas ou atribuídas. Em termos analíticos, contudo, apenas nos debruçamos sobre o *interethos*²¹.

Por fim, esperamos que este artigo tenha apresentado uma contribuição – certamente não definitiva – acerca da complexidade do funcionamento e do estudo do *ethos* em práticas discursivas em mídias digitais. Acreditamos – nesse sentido – que tal empreitada só será, de fato, bem-sucedida se abraçarmos a multidisciplinaridade. Há ainda muito a ser refletido e produzido tanto em termos teórico-metodológicos quanto analíticos.

Referências bibliográficas

AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. São Paulo: Contexto, 2018.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1998 [c. 330-326 a.C].

²¹ Um texto sobre o *ethos argumentado* encontra-se em estágio de preparação.

BARONAS, Roberto Leiser. Blogs de comentários políticos: algumas notas sobre o ethos semiotizado. **Revista ECOS**, v. 10, n. 1, 2015, p. 217-232.

BATEMAN, John A. **Text and Image: a critical introduction to visual/verbal divide**. London/New York: Routledge, 2014.

BAUMLIN, James S. & MEYER, Craig A. Positioning Ethos in/for the Twenty-First Century: An Introduction to *Histories of Ethos*. **Humanities**, v. 7, n. 3, 2018, p. 1-26. DOI: <https://doi.org/10.3390/h7030078>

CARREON, Renata de Oliveira. **Comunicação política e(m) imagens de si: percursos a caminho do ethos semiotizado**. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/9956>.

DE CERTEAU, Michel, **The Practice of Everyday Life**. Trad. Steven Rendall. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1984.

FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. London, England: Routledge, 2003.

FIORIN, José Luiz. O éthos do enunciador. In: CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho (Org.). **Razões e sensibilidades**. Araraquara: Cultura Acadêmica Editora, 2004, v. 1, p.117-138.

GALINARI, Melliandro Mendes. Sobre ethos e AD: tour teórico, críticas, terminologias. **DELTA**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 51-68, 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-44502012000100003>

GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis: Vozes, 2012 [1967].

GONÇALVES-SEGUNDO, Paulo Roberto. Discurso e Prática Social. In: BATISTA Jr., José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira (org.). **Análise do discurso crítica para linguistas e não linguistas**. São Paulo: Parábola, 2018, p. 80-103.

GONÇALVES-SEGUNDO, Paulo Roberto; ISOLA-LANZONI, Gabriel. A Terra é plana?: uma análise da articulação entre argumentação epistêmica, multimodalidade e popularização científica no YouTube. **Redis: Revista de Estudos do discurso**, v. 8, p. 84–121, 2019. DOI: [10.21747/21833958/red8a4](https://doi.org/10.21747/21833958/red8a4).

HOLT, Robert J. Social Media and the “Perpectual Project” of *Ethos* Construction. **Young Scholars in Writing**, v. 10, 2013, p. 72-80. Disponível em: <https://arc.lib.montana.edu/ojs/index.php/Young-Scholars-In-Writing/article/view/196>

ISOCRATES. Antidosis. In: BIZZEL, Patricia & HERZBERG, Bruce (org.) **The Rhetorical Tradition: Readings from Classical Times to the Present**. Boston: St. Martin’s, p. 50-54, 1990 [c. 353 a.C.].

- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- KJELDSEN, Jens E. The Study of Visual and Multimodal Argumentation. **Argumentation**, v. 29, n. 2, p. 115-132, 2015. DOI: [10.1007/s10503-015-9348-4](https://doi.org/10.1007/s10503-015-9348-4).
- KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **As tramas do texto**. São Paulo: Contexto, 2014.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images: The Grammar of Visual Design**. 2ª ed. Londres e Nova Iorque: Taylor & Francis e-Library, 2006[1996].
- LEMKE, Jay. Identity, Development and Desire: Critical Questions. In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; IEDEMA, Rick (org.) **Identity trouble: Critical Discourse and Contested Identities**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008, p. 17-42.
- MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. Tradução: Dilson Ferreira da Cruz; Fabiana Komesu; Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.
- MAINGUENEAU, Dominique. Retorno crítico à noção de ethos. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 321–330, 2018[2014]. DOI: [10.15448/1984-7726.2018.3.32914](https://doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.32914).
- MANOVICH, Lev. The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production?. **Critical Inquiry**, Chicago, n. 35, 2009, p. 319-331. DOI: <https://doi.org/10.1086/596645>
- MARTIN, James R.; WHITE, Peter R. R. **The language of evaluation: appraisal in English**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.
- MATEUS, Elaine; RESENDE, Viviane de Melo. O sistema posição-prática como categoria epistemológica: contribuições para análise de discurso crítica. **Alfa: Revista de Linguística**, v. 59, n. 3, 2015, p. 445-469. DOI: <https://doi.org/10.1590/1981-5794-1509-1>
- MESTI, Paula Camila; BARONAS, Roberto Leiser. A (re)construção do ethos discursivo. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, v. 61, p. 1-13, 2019. DOI: [10.20396/cel.v61i0.8655025](https://doi.org/10.20396/cel.v61i0.8655025).
- MOITA LOPES, Luiz Paulo. **Identidades fragmentadas: a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula**. Campinas: Mercado de Letras, 2002.
- NOGUEIRA, Erika Cristina Dias; CÂMARA, Marco Túlio Pena. O ethos ativista no Facebook: uma análise discursiva das narrativas digitais de mulheres ambientalistas. **Calidoscópio**, v. 16, n. 2, p. 206-215–215, 2018. DOI: [10.4013/cld.2018.162.03](https://doi.org/10.4013/cld.2018.162.03).
- PIRIS, Eduardo Lopes. O ethos e suas noções conexas: análise do discurso do líder do governo na sessão parlamentar que antecedeu o AI-5. **Caderno de Estudos Linguísticos**, v. 61, ago. 2019. DOI: <https://doi.org/10.20396/cel.v61i0.8655042>
- PRETI, Dino (org.). **Análise de textos orais**. São Paulo: Humanitas, 1993.

RAMÍREZ, Claudio. *Ethos* and Critical Discourse Analysis: From Power to Solidarity. **COnTEXTES**, n. 13, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.4000/contextes.5805>

RAMOS, Jair. Subjetivação e poder no Ciberespaço: da experimentação à convergência na era das redes sociais. **Vivência: Revista de Antropologia**, n. 45, v. 1, 2015, p. 57-76.

SANDRÉ, Marion. Éthos et interaction: analyse du débat politique Hollande-Sarkozy. **Langage et société**, v. 149, n. 3, p. 69-84, 2014. DOI: <https://doi.org/10.3917/ls.149.0069>

SILVA, Marcelo Kunrath; RUSKOWSKI, Bianca de Oliveira. Condições e mecanismos do engajamento militante: um modelo de análise. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 21, p. 187–226, 2016. DOI: [10.1590/0103-335220162106](https://doi.org/10.1590/0103-335220162106).

VAN DIJK, Teun A. **Discourse and knowledge: a sociocognitive approach**. New York: Cambridge University Press, 2014.

WARDLE, Claire & DERAKHSHAN, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. In: IRETON, Cheryl & POSETTI, Julie (org.). **Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation**. Handbook for Journalism Education and Training. Paris: UNESCO, 2018, p. 43-54.

THE DYNAMICS OF THE (RE)CONSTRUCTION OF *ETHOS* IN DIGITAL DISCURSIVE CHAINS: A THEORETICAL AND METHODOLOGICAL DISCUSSION

ABSTRACT: The aim of this paper is to discuss, from a theoretical and methodological standpoint, the dynamics involved in the (re)construction of ethos in discursive chains embedded in social media. We take as a starting point the analysis of a textual chain motivated by the publication of the video *Censura na Bienal!*, from the Brazilian *youtuber* Felipe Neto. This procedure, which sought to contemplate the sociodiscursive coercions and the new technical possibilities of textual production, distribution and consumption in social media, resulted in: (i) the elaboration of an initial model for the analysis of *ethos*, which considers three dimensions: the origin of the images (projected, attributed, consolidated or interpreted images), their modal expression (verbal, pictorial, gestural, musical, among other modalities) and their nature (images derived from social roles and identities; from ideological filiations; or from attitudinal dispositions); and (ii) the proposal of the concepts of *interethos* and *argued ethos*.

Keywords: Argumentation. *Ethos*. Social media. YouTube. Discursive Chains.

Envio: abril/2020
Aceito para publicação: maio/2020