



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Unversitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 16, n. 3, art. 12, p. 225-248, mai./jun. 2019

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2019.16.3.12>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



A Postura dos Ethé: Uma Análise Discursiva de Comentários Virtuais a Partir de Redação do Enem

The Posture of the Ethé: A Discursive Analysis of Virtual Comments From the Writing of the Enem

Juliana Lopes Melo Ferreira Sabino

Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Professora de Linguística na Universidade Estadual de Minas Gerais

E-mail: julianalopes20@hotmail.com

Endereço: Juliana Lopes Melo Ferreira Sabino
Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) – Av.
São Paulo (Rod MG 040 URB), 3996, Vila Rosário, CEP:
32412-190, Ibitité/MG, Brasil.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 14/02/2019. Última versão recebida em 07/03/2019. Aprovado em 08/03/2019.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

Pretendeu-se mapear/delinear se há um *ethos* discursivo nos portais de notícias – G1 e Uol, elucidando a importância desse conceito para compreendermos e interpretarmos os fenômenos discursivos, os modos de dizer e de ser. Para isso, analisamos os comentários postados nos dois portais de notícias citados sobre o tema do Enem de 2015 “A violência contra a mulher”. Como recorte, selecionamos os comentários sobre a temática de redação do Enem 2015, em decorrência da importância do exame no cenário brasileiro, sua trajetória e representatividade, sendo reconhecidamente um dos principais meios para os discentes ingressarem em universidades, e o que possibilita falar na e da sociedade. Para tanto, selecionamos 21 conversas realizadas no período compreendido de cinco meses, após a data 25/10/2015, último dia de prova do Enem, e data em que foi aplicada a prova de redação. Acionamos como referenciais metodológicos o *ethos* discursivo de Maingueneau, com intuito de analisar se, de fato, há uma construção de *ethos* dos portais. Também foi analisado o *pathos* e os papéis enunciativos engendrados pelos internautas, por meio do quadro comunicativo de Patrick Charaudeau e Ghiglione (1997, p.55-68). O resultado deste trabalho, a partir do arcabouço teórico-metodológico, mostrou-se profícuo, na medida em que nos permitiu reconhecer a postura dos *ethé* distinta entre os dois portais selecionados, assim como os papéis enunciativos gerados e também o *pathos*.

Palavras-chave: *Ethos*. *Pathos*. Papeis Enunciativos. Comentários Virtuais.

ABSTRACT

It was intended to map / delineate if there is a discursive ethos in the news portals - G1 and Uol, elucidating the importance of this concept to understand and interpret the discursive phenomena, the ways of saying and being. For this, we analyze the comments posted in the two news portals quoted on the theme of the 2015 Enem "Violence against women". As a clipping, we selected the comments on the writing theme of Enem 2015, due to the importance of the exam in the Brazilian scenario, its trajectory and representativeness, being recognized as one of the main means for students to enter universities, and what makes it possible to speak in the of society. To do so, we selected 21 conversations carried out in the period of five months, after the date 25/10/2015, the last day of the Enem's test, and the date on which the essay was applied. We have as a methodological reference the Maingueneau discursive ethos, in order to analyze if there is in fact an ethos construction of the portals. The pathos and enunciative roles engendered by netizens were also analyzed through the communicative framework of Patrick Charaudeau and Ghiglione (1997, p.55-68). The result of this work, from the theoretical-methodological framework, proved to be fruitful inasmuch as it allowed us to recognize the posture of the *ethé* distinct between the two selected portals, as well as the generated enunciative roles and also the pathos.

Keywords: Ethos. Pathos. Enunciative Roles. Virtual Comments.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho faz parte de uma pesquisa de maior abrangência, uma tese, que procurou analisar a interatividade dos comentaristas em portais de notícias – *Gl* e *Uol* –, a partir da análise discursiva de ocorrências de comentários em postagens, veiculadas pela mídia digital, disponibilizadas por seus respectivos sites. Dentre alguns dos objetivos propostos foram investigados (i) os índices adotados pelos possíveis comentaristas, que podem assumir um papel de destaque, uma posição de centralidade; (ii) a identificação de uma possível existência de estratégias discursivas de polidez, a partir dos autores Brown e Levinson (1987), e quais delas foram utilizadas nos comentários com fins de preservação de face; (iii) a análise dos comentários dos internautas a partir das modalidades alocutivas que servem para o locutor implicar o seu interlocutor no ato de enunciação; (iv) e a compreensão do processo constitutivo dialógico das relações entre os comentaristas. No entanto, por questões de delimitação, faremos um recorte situacional para este estudo, e elucidaremos os papéis dos internautas e como são engendrados, por meio do quadro comunicativo de Patrick Charaudeau e Ghiglione (1997, p.55-68). Considerando que os papéis assumidos pelos internautas podem se relacionar à construção da imagem, também analisar-se-á, comparativamente, se há uma postura dos *ethé* distinta entre os dois portais selecionados – *Gl* e *Uol*. Para tanto, acionamos como referencial teórico-metodológico os estudos sobre o *ethos* de Ruth Amossy e de Dominique Maingueneau.

Uma de nossas inquietações desse estudo foi refletir sobre uma provável construção do *ethos* dos portais de notícias selecionados para a pesquisa, a imagem de si construída no e pelo discurso. Assim, percorremos o caminho das estratégias utilizadas por esses sujeitos que procuram chamar a atenção de alguma forma, na tentativa de construir uma face positiva ou negativa, a depender de seus comentários.

Utilizou-se um arcabouço teórico situado no domínio da Análise do Discurso francesa, haja vista que tal abordagem nos proporcionaria instrumentos que se ajustariam para que atingíssemos os objetivos pretendidos. A tentativa foi de buscar compreender o sujeito por trás dos comentários, por meio de uma prática social situada e concreta, transcendendo a mera descrição e interpretação da configuração linguística assumida pelo texto. Dessa forma, nos debruçamos, principalmente, na Teoria Semiolinguística de Charaudeau, além de Dominique Maingueneau, que discute a noção de *ethos* discursivo, e outros estudiosos da língua que, ao longo do trabalho, foram considerados pertinentes para atender à nossa proposta de estudo.

Ao observar mais atentamente o *corpus*, surgiu uma inquietação: existe um *ethos*

(imagens de si) dos portais de notícias selecionados para esse estudo? Se sim, há uma diferença existente entre eles? Diante dessa inquietação, a nossa hipótese para este estudo foi a de que os comentaristas, em boa parte das vezes, podem não levar em consideração os aspectos de polidez linguística ou os de ética, sendo que estes são violados em função de um espaço construído para gerar polêmicas, com ataques uns aos outros. Assim, o comentarista possivelmente não demonstra qualquer preocupação com a sua imagem. Os prováveis *fakes* podem contribuir, e muito, haja vista que a chance de serem identificados é praticamente nula.

Quanto aos objetivos, pretendeu-se:

- a) Analisar quais papéis dos internautas podem ser observados nessas interações e como são engendrados, por meio do quadro comunicativo de Patrick Charaudeau e Ghiglione (1997, p.55-68).
- b) Analisar, comparativamente, se há uma postura dos *ethé* distinta entre os dois portais selecionados – *GI* e *Uol*.

Na tentativa de analisar se, de fato, há uma construção de *ethos* dos portais, consideramos três princípios discutidos por Maingueneau, a seguir: (i) o *ethos* é construído por meio do discurso; (ii) o *ethos* é essencialmente um processo interativo de influência; (iii) o *ethos* é “um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica” (MAINGUENEAU, 2008, p.17).

Neste estudo não foram contemplados todos os 152 comentários da pesquisa de tese, em função de dois motivos: primeiro, em função das limitações que existem para a elaboração de um artigo; segundo, os mesmos nem sempre são muito diferentes em termos de estrutura. Assim, para evitar repetições e não estender demais a análise destacaremos alguns dos comentários, 21 comentários, exemplificando as categorias elencadas no aporte teórico metodológico.

Vale considerar que, na medida em que fomos tecendo sobre o referencial teórico-metodológico, algumas discussões e resultados serão apontadas. Essa opção se deu em função de não se perder a discussão iniciada e já ir elucidando a partir do *corpus* o resultado da investigação obtida.

A seguir, discutir-se-á sobre os papéis enunciativos encontrados em nosso *corpus*, a partir de Charaudeau e Ghiglione (1997, p.55-68).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PAPÉIS DISCURSIVOS

Os papéis sociais referem-se ao *status* dos interlocutores. A cada situação, conforme as necessidades de comunicação, os comunicantes assumem diferentes papéis que, por meio do reconhecimento social, são legitimados.

Charaudeau e Ghiglione (1997, p. 55-68) elencaram alguns papéis desempenhados pelos sujeitos na gestão do debate. Em nosso *corpus* foi possível identificar um papel de maior importância, o de provocador. Do papel de provocador, o que podemos extrair para a nossa análise é o seu papel ativo, que suscita ou modera as tensões. Elaboramos outro papel a partir da observação de nosso corpus, e da dinâmica do gênero selecionado: o Aconselhador/Auxiliador é aquele que fornece conselho, orientação, ajuda. A seguir, explicitaremos esses dois papéis observados nos comentários.

(i) O provocador:

C – 07 – Libertario12 – resposta a mfelipe-souza

Que o tema serviu apenas para gerar conflitos e rivalidades entre as pessoas.. Isso eu ja não tenho mais duvida!! É o famoso caso do nós contra eles! Ninguem apóia a violencia contra a mulher aqui.. Existe predomínio disto na sociedade brasileira geral? Sim ou não? Isso que gera polemica..

No comentário acima, o locutor desempenha um papel ativo, leva seus interlocutores a se aterem à questão em debate, que é a violência contra a mulher. O recurso das reticências após o enunciado “Ninguem apóia a violencia contra a mulher aqui...” pode indicar um pensamento inacabado, omitindo um pensamento que poderia ter sido comentado, mas deixa de ser neste momento, no caso, a violência contra a mulher, constatada nos comentários. Dessa forma, o locutor interrompe um pensamento de forma que o seu interlocutor possa subentender o que poderia ser enunciado. Assim, o locutor modera possíveis conflitos a partir dessa omissão. O provocador também intenta moderar os conflitos gerados nos comentários ao conduzir a discussão a ser seguida, para que haja o desvio dos rumos das conversas que provocaram rivalidades entre os comentaristas. Assim, o locutor provoca, mas também tenta atenuar as intervenções mais agressivas dos participantes.

(ii) O Aconselhador/Auxiliador:

C – 124 – Fernanda Lima – resposta a Fernando Lacerda

Fernando se vc não estiver zuando..tomara q sim...estou supondo qcvc com uma mente triste dessa..só poder ter visto e crescido num lar totalmente infeliz..onde a violência contra sua mãe existia...onde o machismo do pai era o foco da sua casa. ..espero q não. ..vc acharia justo sua mãe sofrer violencia nas mãos de seu pai???
--

Tendo em vista os comentários agressivos às mulheres por parte de Fernando Lacerda, a comentarista acima se passa por uma espécie de guia. O locutor se coloca no lugar de seu interlocutor, procurando entendê-lo, age como profissional que se dedica a orientá-lo com um problema que talvez possa ter tido em casa, o da violência de seu pai contra a mãe. A partir da pergunta ao final, o locutor faz o interlocutor se colocar no lugar das mulheres violentadas, assim como o que se nota na própria derivação da palavra aconselhador: aconselhar + implicação de dor.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES**3.1 Uma breve discussão em torno do *ethos* e do *pathos*: da retórica aristotélica às modernas perspectivas teóricas**

Iremos explicar sobre a integração do *ethos* e do *pathos*, haja vista que essas noções estão imbricadas tanto na retórica clássica, quanto nas mais modernas perspectivas dos estudos discursivos, e que segundo Charaudeau:

O comentador sabe que precisa ser credível, mas sabe também que nenhuma análise ou argumentação terá impacto se não despertar o interesse do consumidor de informação e se não tocar sua afetividade. Assim, o jornalista, preso entre o martelo (credibilidade) e a bigorna (captação), tenderá a preferir modos de raciocínio que julgará simples e motivadores. (CHARAUDEAU, 2006, p. 181)

Podemos notar em nosso *corpus* que os comentaristas tentam passar uma imagem de credibilidade, citando autores (considerados renomados por eles) e dados, no intuito de fornecer informação, associados à produção da emoção no interlocutor pela ação discursiva dos comentários.

C – 124 – Fernanda Lima – resposta a Fernando Lacerda

Fernando se vc não estiver zuando..tomara q sim...estou supondo qcvc com uma mente triste dessa..só poder ter visto e crescido num lar totalmente infeliz..onde a violência contra sua mãe existia...onde o machismo do pai era o foco da sua casa. ..espero q não. ..vc acharia justo sua mãe sofrer violencia nas mãos de seu pai???
--

No comentário anterior, reproduzido acima, podemos observar o *pathos* como recurso utilizado para incitar a emoção através do discurso. Por meio da descrição de uma hipotética situação triste, a da violência doméstica, o internauta provoca um *pathos* de compaixão. Um dos meios linguísticos empregados para essa descrição foi “lar totalmente infeliz”, de modo que o advérbio ‘totalmente’ amplifica a emoção.

Assim, o locutor se mostra ou finge estar num estado emocional de compaixão que deseja transmitir, reproduzido pelas reticências, as quais colaboram para despertar a emoção. Há também a mobilização dos pontos de interrogação em que o locutor se mostra ou finge uma emoção. O locutor propõe ao interlocutor um modelo de emoção capaz de desencadear uma identificação empática. Assim, o locutor ao usar o *pathos* de compaixão mobiliza o interlocutor em favor da seguinte tese: não é justo a mulher sofrer violência nas mãos do homem.

Essa explanação se faz necessária dado ao laço existente entre o *ethos* e o *pathos* para o sujeito do discurso, bem como para uma abordagem coesa do discurso. Ademais, o modo de externar as emoções, de sentir (*pathos*) se faz revelar na construção dos modos de dizer e de ser (*ethos*), portanto, como dimensões e constituintes do discurso. Aristóteles em *Retórica* elucida também sobre o *Logos*, como sendo um dos constituintes para a persuasão das pessoas, atrelado ao uso dos argumentos. Embora importante, não o utilizamos nesta pesquisa para que fosse possível nos concentrar no *ethos* e no *pathos*.

Passemos às discussões teóricas em torno dessas duas noções: o *ethos* e o *pathos*.

3.2 O *ethos*

Aristóteles, em *Retórica*, elenca três tipos de provas técnicas para convencer, percebidas em um discurso, “umas residem no carácter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar” (ARISTÓTELES, 1998, p. 49). A primeira delas é elucidada por ele como o resultado de uma confiança fornecido pelo discurso, o *ethos*: “Persuade-se pelo carácter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé [e que] é, porém, necessário que esta confiança seja resultado do discurso e não de uma opinião prévia sobre o carácter do orador” (ARISTÓTELES, 1998, p. 49).

Podemos compreender o *ethos* retórico como uma construção do discurso, de forma que a vitória do ato de persuadir não se vincula à honestidade do orador, mas sim à impressão

ocasionada pelo seu discurso.

A prova técnica seguinte “modo como se dispõe o ouvinte”, leva-os a sentir as emoções por meio do discurso, o *pathos*. E a terceira prova técnica está atrelada ao raciocínio, deriva do que é construído por meio do próprio raciocínio, o *logos*.

Modernamente, Maingueneau (1997) postula que os discursos possuem um tom que requer o corpo do enunciador, não empiricamente, mas o que insurge do discurso, e conforme o autor “está necessariamente associado a um caráter e a uma corporalidade” (MAINGUENEAU, 1997, p. 46-47). Esse corpo se sustenta em estereótipos culturais, e permeiam as mais diversas produções, como afirma Maingueneau (2005) “esses estereótipos culturais circulam nos registros mais diversos da produção semiótica de uma coletividade: livros de moral, teatro, pintura, escultura, cinema, publicidade” (MAINGUENEAU, 2005, p. 72).

Em se tratando dos estereótipos, Lysardo-Dias (2010) em seu artigo que integra o livro *Emoções no Discurso*, postula que “é uma voz instituída coletivamente por meio da qual o locutor se esconde e se protege, assume para si o dizer quando lhe convém e atribui ao outro quando se sentir ameaçado” (LYSARDO-DIAS, 2010, p. 102), para que assim possa se resguardar diante de uma ameaça, e que evidencia a natureza intersubjetiva na relação do comunicante com o seu dito, com a do outro, bem como com o contexto da comunicação.

Por meio desses estereótipos culturais, podemos visualizar a constituição de um *ethos*, bem como o seu outro lado, o *anti-ethos*. Para esse estudo, fomos em busca de um *ethos* dos comentaristas que, provavelmente, poderíamos encontrar um *anti-ethos*. Para Maingueneau (2005), essa relação avessa é que se apoia a congregação do *ethos*, de forma que haja uma percepção do sujeito como integrante de “uma comunidade imaginária dos que aderem a um mesmo discurso” (MAINGUENEAU, 2005, p. 73).

Assim, o *ethos* se apresenta como uma reputação, uma avaliação social, ou seja, um conceito de um público em relação a alguém, ou vice-versa, e que passa a ideia de credibilidade. A partir de Maingueneau, no capítulo oito dedicado ao *ethos*, em seu livro *Análise de textos de comunicação*, ele cita Roland Barthes, a fim de salientar uma característica essencial do *ethos*:

São traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: são os ares que assume ao se apresentar.[...] O orador enuncia uma informação, e ao mesmo tempo diz: eu sou isto, eu não sou aquilo (BARTHES, 1970 apud MAINGUENEAU, 2004, p. 98).

Em termos pragmáticos, Maingueneau (2004, p. 98), baseado em Ducrot, discute sobre a construção de representação do outro, o *ethos*:

Não se trata das afirmações elogiosas que o orador pode fazer sobre sua própria pessoa no conteúdo de seu discurso, afirmações que, contrariamente, podem chocar o ouvinte, mas da aparência que lhe conferem o ritmo, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, dos argumentos... [...] É na qualidade de fonte da enunciação que ele se vê revestido de determinadas características que, por ação reflexa, tornam essa enunciação aceitável ou não. (DUCROT, 1987, *apud* MAINGUENEAU, 2004, p. 89).

Essa aparência do ser pode ser percebida também a partir de Amossy (2005):

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. Assim, deliberadamente ou não, o locutor efetua em seu discurso uma apresentação de si. (AMOSSY, 2005, p. 9).

A imagem de si não se restringe a um procedimento, não depende diretamente dos sujeitos envolvidos na interação. Como disse Barthes, *são traços de caráter que o orador deve mostrar*, e deverá incorporar uma imagem de si que poderá ou não concindir com sua imagem real.

A noção de *ethos* compreende não apenas a dimensão propriamente vocal - entonação, ritmo, escolha vocabular -, como também o conjunto das determinações físicas e psíquicas. A partir do exposto, o *ethos* se dá por uma imagem construída pelo interlocutor apoiado em indícios que faz surgir o fiador (nos termos de Maingueneau), ou seja, aquele que se constrói por meio do discurso e que veremos adiante a partir de algumas amostras de comentários online.

C – 47 – Logical Think – resposta a Guapiaçu48

Guapiaçu48, ter dezesseis vezes mais homens vítima de violência significa exatamente isso, que homens são mais vítimas de violência que a mulher. Vamos aos números. Há 3 mulheres vitimas de violencia por grupo de 100 mil mulheres, e há 48 homens vitimas de violencia por grupo de 100 mil homens. Isso significa, SIM, que homens são muito mais vítimas de violencia que mulheres. (,,)Fonte: Mapa da Violencia do IBGE, ou seja, a estatística oficial do governo. E é uma pena que você tenha caído no conto feminista que diz que, em termos de política contra a violência, o que importa é o algoz, e nao a vítima. nao importa quem comete o crime, importa a vitima.

No comentário acima, C-47, podemos notar uma identificação própria, em que há a menção do suposto “nome”, “sobrenome” ou “apelido” de seu interlocutor, Guapiaçu48¹, de forma a se reportar diretamente a este. Isso pode ser observado logo ao início, quando C-47 transcreve exatamente parte do enunciado de Guapiaçu48, C-16, mas com o número polêmico dezesseis em caixa alta, para despertar a atenção deste. Para ser mais convincente, ele faz uso de dados, ainda os mesmos do comentário que levou a essa discussão, a do IBGE, e refuta o que o outro disse utilizando a fonte em caixa alta, seja como estratégia de ênfase, seja como estratégia de imposição. O ator da enunciação, Logical Think, traz o argumento de autoridade “Mapa da Violência do IBGE, ou seja, a estatística oficial”, como efeito de objetividade, para garantir uma credibilidade, autoridade. Ele também faz uso de palavras que marcam precisão, proporcionando um tom acabado ao discurso, como “exatamente” e o “sim” utilizado no comentário de seu interlocutor, o Guapiaçu48. Os recursos permitem construir um *ethos* de credibilidade, que quer ser definido como competente e intelectual. O comentário extenso e explicativo produz um efeito de cooperação. No entanto, essa pretensa polidez vem seguida por sucessivas caixas altas, que conferem um tom irônico, reforçada pelo sentimento de uma falsa piedade, “e é uma pena”.

Também foi utilizada a estratégia de impessoalização do outro no enunciado “E é uma pena que você tenha caído no conto feminista *que diz* que (...)”. A opção por utilizar a expressão “o conto feminista”, faz abrandar a responsabilidade pelo dito.

C – 01 – silasfeitosa, antes designado por Fernando Carranza

Ué, mas vcs dizem que ninguém nasce mulher....explica isso. Ontem os formuladores de questões colocaram uma questão da pedófila Simone de Beauvoir dizendo que ninguém nasce mulher. E hoje vem falando em violência contra mulher? Essa esquerda revolucionária é maluca.

A partir do comentário acima, podemos perceber a presença de interpelação com um terceiro ausente, equivalente a uma forma generalizada, ‘vcs’, que, a princípio, pode revelar uma estratégia defensiva por parte do locutor por não haver a identificação dos interlocutores. Nesse caso, poderia ser uma estratégia de preservação da face do outro, por resguardar os interlocutores que assumiram a perspectiva apresentada. No entanto, essa voz que no primeiro

¹ Comentário C-16, de Guapiaçu48: “Santa ignorância batman.... Ter 16 vezes mais homens vítimas de crimes não significa que a violência contra mulheres é menor. Quando se fala violência contra MULHER ou violência contra HOMEM devem ser contabilizados apenas os crimes cometidos porque a vítima era mulher ou era homem. Quando a conta é feita desse jeito não se encontra tantos homens vítimas de suas mulheres, mas se encontra sim muitas mulheres vítimas de seus companheiros. Parece que seu raciocínio lógico está meio furado... (em tempo, como não dá para saber pelo meu apelido, sou homem)”

enunciado parecia diluir, faz-se revelada quando o comentarista sinaliza explicitamente quem seria *vocês*, tratando-os como os formuladores de questões do Enem. Assim, mesmo na tentativa de preservar a imagem, ameaça a face dos que fazem parte do quadro de pessoas que formam a banca do Enem ao dizer ‘E hoje vem falando em violência contra mulher?’. Isso se comprova porque a proposta é justamente a da violência contra a mulher. A crítica é reforçada com a pergunta retórica que produz um efeito perlocucionário² de provocação.

O locutor atribui a si um estatuto que o autoriza a interpelar o outro, como aquele que está acompanhando as provas do Enem, e espera uma reação. O locutor utiliza a marca ‘vcs dizem’, a fim de transferir a responsabilidade pelo dito como se dissesse ‘não sou eu quem disse’, preservando a sua imagem, ao construir um *ethos* defensivo. Assim, há a incorporação do discurso alheio por parte do locutor. Este se projeta discursivamente, por meio de caráter predominantemente objetivado, provocando um esvaziamento. Ao opinar, C-01 se utiliza do recurso da repetição “dizem que ninguém nasce mulher” na tentativa de reforçar, atribuir a voz a outrem e diminuir os prejuízos que sua posição poderá gerar à própria imagem. Nesse mesmo enunciado, podemos perceber a presença de um termo que sinaliza a indeterminação do sujeito – o dizem – que desponta como uma estratégia de defesa e, conseqüentemente, a de preservação de sua imagem, ao assumir uma posição de incerteza acerca do que diz. Desse modo, o locutor se utiliza da *inclusão de uma voz de fora*,³ para que seu ato de dizer se distancia o locutor em detrimento de sua individualidade, na tentativa de preservar a sua imagem, uma vez que não é ele quem fala, mas uma voz que o atravessa, legitimando seu dizer.

Ao utilizar a expressão “os formuladores de questões”, direcionando críticas a eles, a estratégia de impessoalização do ouvinte é utilizada, haja vista que o agente ‘formuladores’ é selecionado, ao invés da explicitação dos nomes que compõem o quadro de pessoas que formam a banca dos formuladores de questões. Assim, a partir do uso dessa estratégia, a responsabilidade em relação ao dito será diluída, forma de polidez que protege a imagem do locutor.

² Por razões de delimitação do referencial teórico-metodológico, não utilizaremos neste estudo a teoria dos atos de fala de Austin, compreendemos a importância dessa teoria, mas o trabalho poderia se estender demasiadamente e poderíamos correr o risco de perder o foco. Dentre as duas formas de realização do locucionário, tem-se a do *perlocucionário*, que provoca um efeito no ouvinte, visando influenciar, por se tratar de uma ação estratégica. Alguns efeitos *perlocucionários* podem ser observados ao longo de nosso *corpus*: o de intimidar, ameaçar, e alguns poucos, o de aconselhar.

³ Essa estratégia foi criada por nós em função da necessidade de análise de nosso *corpus*, pois as vozes são assumidas pelo locutor na tentativa de ganhar credibilidade em seu dito, e dessa forma, sua face negativa, ou seja, seu território é preservado de alguma ameaça, já que ele se esconde a partir dessa voz que aparece.

C – 100 – Luiz Reis

o termo "Machistas não passarão" nunca foi tão literal e verdadeiro... heheheheheheeh.
--

C – 101 – Vause

ehehehehehehehehehehe

A partir do comentário C-100⁴, a comentarista C-101 apenas utiliza os risos “ehehehehhehehehehehe” para mostrar uma possível concordância com o interlocutor C-100, com efeito de identificação com o comentário deste, mas limitando-se apenas aos risos, com um *ethos* nada reservado, já que reproduz acintosamente pelo riso o argumento anterior de deboche. Assim, a estratégia de aprovação pelo outro é ativada para que se possa construir uma imagem valorizante de si. O comentarista C-100 suprime a menção direta ao interlocutor a quem se reporta, no caso, C-98⁵, ao se utilizar de uma forma pluralizada – machistas –, o que consideramos ser uma estratégia de preservação da imagem do locutor C-100, já que faz uso da forma indireta como estratégia de polidez. A imagem do locutor fica protegida porque ele evita falar explicitamente o nome do comentarista machista que ficará fora do processo do Enem e, implicitamente, impede o risco de alguma agressão à imagem em potencial e preserva a si.

C – 141 –Alessandro Moreira – resposta a Juliana
--

Juliana! Então vc está dizendo que tara sexual não é coisa séria? Se vc não sabe, o fato da maioria das mulheres gostarem de apanhar, por muitos especialistas psicólogos é justamente pelo fato delas gostarem mesmo de serem dominadas pelo "homem opressor".

No comentário C-141 a estratégia de fazer pergunta retórica foi utilizada. O locutor utiliza a opinião de especialistas, a fim de transferir a responsabilidade pelo dito a eles, preservando a sua imagem, estabelecendo um *ethos* defensivo. Nesse sentido, o locutor utiliza-se da estratégia de *incluir uma voz de fora*, na tentativa de se distanciar e manter uma pretensa imparcialidade, uma vez que não é ele quem diz, mas uma voz que legitima o seu

⁴ O comentário C-100 dialoga com um discurso anterior. Em 2013 um fato lamentável ocorreu em uma universidade, em que um professor agrediu uma aluna para impedi-la de fazer uma prova. A partir disso, o movimento estudantil da universidade se manifestou contra a conduta considerada machista, nomeada como “opressores não passarão!”. Daí em diante, surge movimentos, como a do Enem “machistas não passarão” para dizer que quem se proceder de forma machista na elaboração do texto dissertativo-argumentativo não irá realmente passar, pois uma ideologia machista e que despreze os direitos humanos teria sua nota reduzida à zero ou à anulação.

⁵ Comentário C-98 de Alessandro Moreira “A mulher é o sexo fraco”.

dizer.

3.3 Identificações trocadas

A partir da observação de todos os 152 comentários foi possível observar que houve uma troca da identificação de alguns dos comentaristas do portal Uol, que se encontram listados no quadro abaixo. O quadro evidencia que dos 93 comentaristas do portal Uol, 20 editaram seu perfil após um período de sete meses após a primeira consulta das postagens, ocorrida no dia 25/03/2016.

Quadro 1 – alteração da identificação dos comentaristas após um ano a data da postagem do comentário no portal Uol

O que era	O que passou a ser	Com foto	Sem foto	letra/símbolo/desenho/avata r
Fernando Carranza	silasfeitosa		X	
L C Oberti	luiz.oberti		X	
Velho Buk	mfelipe - souza			X
Cabeça Grávida	Cabeça-de-Bagre		X	
Roberval Taylor	wolfmagal			X
###	val		X	
Guapiaçu48	aleardo		X	
Joey Thai	Adrianocl25			X
W_Cantalice	Weverton.Cantalice29		X	
Darth Satyr	Satyr		X	
old lady	cardosomhca		X	
lq	Visitante		X	
Victor Fontenelle	VICTOR		X	
Verite	Verit		X	
Romanesca	amaliro			X
duda joana	Dulce		X	
Chandrasekryas	chandrasekar		X	
Frmg	Visitante		X	
Carlos N.	JOSE		X	
Tia Dora	Rogério			X

Fonte: Dados da pesquisa.

O fato de um número considerável de comentaristas do portal Uol, 21,5%, ter trocado a identificação no período de sete meses da primeira postagem, pode indicar um não comprometimento com o que disseram, assumindo um *ethos* menos comprometido, e até mesmo falso, supondo liberdade para tecer suas acusações e críticas, já que não é possível ter

acesso a sua verdadeira identidade.

Um dos mais polêmicos comentaristas do portal Uol foi alvo de desqualificação por uma das comentaristas:

C – 08 – Firmina Daza – resposta a mfelipe-souza
--

Velho Buk, com essa foto parecendo Diogo Mainardi, vc só poderia mesmo fazer tal comentário...
--

Os elementos linguísticos “só”, advérbio de exclusão dos demais, “mesmo”, advérbio com sentido de exatamente e “tal”, que funciona como pronome ‘esse’, reforçam essa desqualificação, somada à comparação de “sua foto” com a do jornalista Diogo Mainardi. Após os sete meses de observação das postagens, o comentarista velho Buk alterou tanto a sua foto quanto a sua identificação, provavelmente, em função das respostas a seus ditos de ataque. Se no portal da Uol houve a troca de nomes nos 7 meses que se seguiram desde a primeira observação do nosso *corpus*, no portal G1, os nomes foram preservados.

Dos 93 comentaristas do portal Uol, 10 postaram avatares, letras e desenhos como um modo de apresentação e de identificação de seus potenciais interlocutores, além dos nomes fictícios ou não. Os demais não postaram nenhuma imagem para seu perfil. Em nenhum desses 93 comentários do portal Uol houve a postagem de fotos. Já nos comentários do portal G1, dos 59 comentaristas, 3 postaram fotos. Um dos comentaristas postou a imagem de um animal, outro de um avatar, e os demais não postaram nada.

Acreditamos que existe um *ethos* diferenciado entre esses portais, não apenas pelo fato de conter fotos no portal do G1 que podem até garantir certa confiabilidade dos comentários comparados aos do portal Uol, em que não consta nenhuma foto. Consideramos importante a identificação do *ethos* nesses portais, porque, a partir dele, há um controle sobre o outro, “designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 220). O *ethos* dos comentaristas pode ser baseado nas imagens que os portais de notícias constroem de si, um saber prévio que os internautas já possuem sobre os portais, e que poderá mudar o *ethos* desses comentaristas a depender do suporte midiático. Assim, podemos pensar metaforicamente em um camaleão que se transforma a depender do meio.

Amossy (2005) afirma que a imagem que o enunciador constrói de si mesmo no discurso é formada pela troca verbal, e essa imagem determinará a forma de persuadir seus interlocutores. Assim, a tentativa é de desvelar o *ethos* dos portais deste estudo a partir da

troca comunicativa entre eles.

No portal G1, os nomes aparentam não ser fictícios, já que eles são constituídos por nomes comuns, exceto alguns casos, que aparecem com nomes nada convencionais, como “Fox Mulder”, “Brazileiro”, “Faloaverdade” e “Lord”. No entanto, no portal do Uol, as identidades, em sua maioria, são representadas por nomes nada convencionais, e trazem um tom de agressão, a começar por essas identificações: “Blasfemo Mesmo”, “Umapessoacomcerebro”, “Botonegro” e “Velho Buk”. Vejamos um exemplo de comentário deste último. A partir daí, podemos pressupor o encaminhamento das interações.

C – 13 – mfelipe-souza, antes designado por Velho Buk

"Sociedade Patriarcal". Esquerdalha detected,

Listamos, a seguir, algumas informações sobre o termo de uso⁶ dos portais de notícias G1 e Uol, as quais consideramos como parâmetros que deveriam pautar a interação dos comentaristas, o que, todavia, parece não representar garantias suficientes contra falsos perfis.

Diferentemente do portal Uol, para o cadastro no portal G1 é solicitado o número do celular para associá-lo a uma conta pessoal. A mensagem que aparece é a seguinte: “Por questão de segurança, precisamos que você valide um número de celular no seu cadastro. Confirme seu número abaixo e enviaremos um código via SMS”. Após o envio do código recebido por SMS, o internauta irá digitá-lo, clicar em continuar e começar a utilizar como usuário a conta do portal. Acreditamos que a validação de um número de celular para o cadastro pode contribuir para um controle maior dos usuários.

A seguir, procuramos destacar mais três aspectos que diferenciam os portais G1 e Uol entre si, a partir dos termos de uso, tais como: (i) a diferenciação de caráter entre os dois portais em relação às informações para o cadastro; (ii) a maneira utilizada para explicitar a proibição de conteúdo, e (iii) o nível de comprometimento do portal para com as informações postadas.

Quadro 2 - Comparação entre os portais G1 e Uol sobre as condições para o usuário usufruir dos serviços dos portais

G1	Uol
(i) Caráter de opção sobre as informações para o cadastro: “a Globo.com pergunta seu nome,	(i) Caráter de imposição sobre as informações para o cadastro: “O USUÁRIO informará ao UOL todos os

⁶ Os termos de uso dos portais de notícias G1 e Uol encontram-se nos sites dos portais.

<p>endereço de e-mail e outras informações pessoais. Quanto mais informações corretas você fornecer, melhor será a personalização da sua experiência”.</p>	<p>dados necessários para seu cadastramento, comprometendo-se a fornecer informações verdadeiras, corretas, atuais e completas sobre si mesmo, no momento do seu cadastramento, responsabilizando-se civil e criminalmente por estas informações. 3.1.1. O USUÁRIO deverá fornecer e manter somente dados verdadeiros”</p>
<p>(ii) Forma mais direta/objetiva sobre a proibição de conteúdos:</p> <p>“é vedado a esses, assinantes e/ou usuários a escolha de expressões malsoantes, injuriosas”</p>	<p>(ii) Forma mais detalhada/menos objetiva sobre a proibição de conteúdos:</p> <p>“não utilizar tais serviços para transmitir/divulgar material ilegal, difamatório, que viole a privacidade de terceiros, ou que seja abusivo, ameaçador, obsceno, prejudicial, vulgar obsceno, injurioso, ou de qualquer outra forma censurável; não transmitir e/ou divulgar qualquer material não inserir material pornográfico, grosseiro, racista ou ofensivo (...)”</p>
<p>(iii) Maior responsabilidade do portal para com as informações postadas no portal:</p> <p>“Nenhuma transmissão de dados na Internet é 100% segura. Sendo assim, embora a Globo.com sempre faça o possível para proteger suas informações pessoais, não é possível garantir a segurança de todas as informações que você venha a nos fornecer. É uma decisão pessoal a utilização do serviço nessas condições”. (Grifo nosso)</p>	<p>(iii) Menor responsabilidade do portal para com as informações postadas no portal:</p> <p>“O conteúdo publicado por assinantes ou visitantes nos produtos interativos não é revisado ou fiscalizado pelo UOL”. (Grifo nosso)</p> <p>“Não se responsabiliza pelas opiniões e comentários dos titulares, usuários ou visitantes do UOL Mais. O conteúdo de cada vídeo, texto, imagem, áudio ou comentário é de única e exclusiva responsabilidade civil e penal do autor da mensagem. As informações contidas nas mensagens não são conferidas ou de qualquer forma endossadas pelo UOL”. (Grifo nosso)</p>

Fonte: Análise da autora a partir das informações que constam nos portais G1 e UOL

Os comentários do portal Uol são mais longos e os do portal G1 são mais curtos, objetivos.

3.4 O pathos

Desde a Antiguidade, o *pathos* era associado ao estado de ânimo, ao sentimento, aos humores e às emoções. Determinados vocábulos atrelados às paixões são aplicados como sinônimos, e Plantin (2003) apresenta cada um deles relacionado à determinada ciência:

[...] *sentimento* está inseparável das teorias filosóficas sensualistas do conhecimento; a predominância do componente psíquico do termo *emoção* é, em francês, uma evolução recente, o componente comportamental (“movimento”) que era historicamente fundamental. Os *humores* estão enraizados na teoria médica das paixões; quanto à *paixão*, ela remete não somente às abordagens filosóficas da vida psíquica, mas também às teorias e às práticas dos alienistas (a palavra mudou de sentido com Esquirol, conforme Gauchet & Swain (1983); e para deixar mais complexo ainda o quadro, ela é utilizada em francês para traduzir o latim *affectus* dos tratados de retórica; ora esse termo corresponde a movimentos de emoções típicas, como a cólera (PLANTIN, 2003, p. 111)⁷

Tendo em vista o exposto acerca das paixões como objeto de estudo de diferentes áreas da ciência, não iríamos, nesta tese, nos ater a romper esse complexo de termos associado ao *pathos*, haja vista que um trabalho dessa natureza requer o acionamento de outras áreas, bem como uma investigação mais apurada e detalhada na retórica clássica, o que não é o objetivo de nossa pesquisa. Ao invés de nos arriscarmos a uma classificação do termo, a nossa preocupação aqui foi meramente a de discutir sobre uma abordagem das emoções dirigida à sua dimensão discursiva, como a de Patrick Charaudeau (2007). Conforme o autor é preciso se distanciar dos aspectos psicológicos e sociológicos, na tentativa de realizar um estudo linguageiro das emoções e, assim, discute sobre a emoção concebida como:

[...] *sinal daquilo que pode acontecer ao sujeito* a respeito do fato de que ele mesmo estaria em condições de reconhecê-lo como uma “figura”, como um discurso socialmente codificado que [...] lhe permitiria dizer “É realmente isso, o medo!” ou simplesmente “Tenho medo!” (CHARAUDEAU, 2007, p. 25).

Retomando à segunda prova técnica de persuasão, o *pathos*, em *Retórica* de Aristóteles, o autor explica sobre as emoções despertadas por meio de nossos discursos: “Persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio” (ARISTÓTELES, 1998, p. 49) e “as paixões são todos aqueles sentimentos que, causando mudança nas pessoas, fazem variar seus julgamentos” (ARISTÓTELES, 2000, p. 5).

Ao delinear e distinguir sobre os tratamentos da emoção na argumentação, Plantin

⁷ [...] *sentiment* est inséparable des théories philosophiques sensualistes de la connaissance; la dominance de la composante psychique du terme *émotion* est, en français, une évolution récente, la composante comportementale (“mouvement”) étant historiquement fondamentale. Les *humeurs* sont enracinées dans la théorie médicale des passions; quant à *passion*, il renvoie non seulement aux approches philosophiques de la vie psychique, mais aussi aux théories et aux pratiques des aliénistes (le mot a changé de sens avec Esquirol, d'après Gauchet & Swain 1983); et pour complexifier encore le tableau, il est utilisé en français pour traduire le latin *affectus* des traités de rhétorique; or ce terme correspond à des mouvements d'émotions typiques, comme la colère (PLANTIN, 2003, p. 111).

postula sobre a indissociabilidade das emoções em relação à argumentação:

Poderíamos distinguir globalmente três tratamentos da emoção em argumentação; por um lado, uma visão dos afetos como essencialmente falaciosos; em seguida, uma teoria do paralelismo, que encapsula as emoções em um 'módulo emocional', paralelo ao 'módulo lógico'. Podemos, por fim, defender a tese da indiscernibilidade, segundo a qual é impossível construir um ponto de vista, um interesse, sem a eles associar um afeto, dado que as regras de construção e de justificativa dos pontos de vista. Essa última posição parte da constatação da presença de um elemento irredutivelmente emocional nas situações argumentativas. Os locutores aderem a seus discursos, seus valores e interesses estão em jogo, eles duvidam, ressentem-se do estresse provocado por uma questão a aberta que seria preciso regular, da irritação contraposições antagônicas, têm um sentimento de triunfo (vencemos as eleições), ou raiva e humilhação (eles não entenderam nada) (PLANTIN, 2008b, p. 124).

A situação comunicativa do nosso *corpus*, a dos comentários postados nos portais de notícias, apresenta, geralmente, três tipos de sujeitos que se propõem discutir sobre a temática proposta: o sujeito que apresenta um determinado ponto de vista; por sua vez, o seu interlocutor, que apresenta uma posição contrária do ponto de vista do sujeito primeiro; e um terceiro sujeito, o qual não compactua com a posição defendida com nenhum desses dois sujeitos ora mencionados, podendo deixar uma dúvida e uma pergunta. A partir de Plantin, podemos perceber a argumentatividade atrelada à emoção, isto é, quando nos posicionamos, o afeto vem acompanhado, e que poderemos corroborar por meio da análise dos comentários, os quais desencadeiam emoções.

Vejamos um exemplo do nosso *corpus* da argumentação pelo *pathos*.

C – 124 – Fernanda Lima – resposta a Fernando Lacerda

Fernando se vc não estiver zuando..tomara q sim...estou supondo qvc com uma mente triste dessa..só poder ter visto e crescido num lar totalmente infeliz..onde a violência contra sua mãe existia...onde o machismo do pai era o foco da sua casa. ..espero q não. ..vc acharia justo sua mãe sofrer violencia nas mãos de seu pai???

No comentário anterior, a argumentação pelo *pathos* é realizada por meio da emoção de piedade, seguida de uma interpelação empática. A comentarista manifesta piedade, sensibilidade em relação a uma provável situação de violência no lar de seu interlocutor. Assim, a locutora faz uma boa demonstração de si mesma, utilizando a polidez pelo *pathos* como um meio de preservar a sua face. Ao longo de nossa análise, iremos investigar como o *pathos*, os efeitos sobre o outro colabora ou não para a preservação de faces. No caso acima, a locutora leva-nos a sentir a emoção de piedade por meio do discurso, mas, em grande parte

dos comentários, o que se nota é o sentir emoções adversas a essas.

Ademais, não podemos negar a existência das emoções no decorrer das interações mediadas em forma de “debate” sobre o tema da redação do Enem, e que esse debate, por vezes, não é isento de ofensas entre os envolvidos, por fazer revelar e aflorar as suas emoções. Ao apresentarem seus pontos de vista, os comentaristas não operam apenas por uma lógica, mas fazem uso também de marcas que sinalizam seus valores e sentimentos, uma espécie de ligação emocional, em que o locutor deve proporcionar um clima emocional apropriado para o seu discurso.

Ademais, investigamos a emoção tanto na produção discursiva dos comentários, quanto na recepção dos mesmos pelos comentaristas, isto é, os efeitos gerados. Há de se considerar uma assimetria entre o locutor e o interlocutor. Essa assimetria opera no nível da intenção de dizer do locutor, que pode coincidir ou não com o que o interlocutor será capaz de entender. Em outras palavras, pode ou não haver uma igualdade entre o que eu gostaria que o outro entendesse e o que ele entende de fato, haja vista suas competências discursivas, seus saberes de crença e seus saberes de conhecimento, como propõe Charaudeau.

Em relação à emoção, Charaudeau (2007) discute que, a partir da perspectiva da análise do discurso, não há um vínculo com a realidade vivenciada pelo sujeito, e sim um efeito visado, no qual não há a certeza sobre o efeito produzido, por isso, Charaudeau emprega os termos *pathos*, *patêmico* e *patemização* no lugar de emoção.

A análise do discurso não pode interessar-se à emoção como realidade manifesta, vivenciada por um sujeito. Ela não possui os meios metodológicos. Em contrapartida, ela pode tentar estudar o processo discursivo pelo qual a emoção pode ser colocada, ou seja, tratar esta como um *efeito visado* (ou *suposto*), sem nunca ter a garantia sobre o *efeito produzido*. Assim, a emoção é considerada fora do vivenciado, e apenas como um possível surgimento de seu “re-sentido” em um sujeito específico, em situação particular. Mesmo procurando os vestígios de emoção em um sujeito que fala no momento de troca interlocutória ou na construção dramatizante de uma narrativa susceptível de produzir emoção, estamos sempre em uma perspectiva de efeito: no primeiro caso, é o interlocutor (ou o analista) que é alvo (voluntário ele involuntário) dessa visada, no segundo caso, é o destinatário-público (leitor, espectador, telespectador) que é receptáculo dessa visada. (CHARAUDEAU, 2007, p.5).

Assim, a emoção é estudada a partir do processo discursivo como um “efeito visado”, visto que não é possível verificar o limite entre a sinceridade e a encenação da sinceridade da emoção sentida, e sim uma análise dos efeitos patêmicos suscitados nas pessoas. A preferência de Charaudeau pelos termos *pathos*, *patêmico* e *patemização* em vez de emoção já faz revelar o distanciamento com as áreas da Psicologia e da Sociologia, as quais se debruçam

com as (i) reações sensoriais dos indivíduos; (ii) as disposições de humor ou de caráter dos indivíduos; e (iii) as reações comportamentais dos indivíduos que, na Psicologia e na Sociologia, se apóiam em categorias que evidenciam o que seria necessário para “o comportamento humano no jogo das regulações e das normas sociais”, (CHARAUDEAU, 2007, p.1):

O objeto de estudo da análise do discurso não pode ser aquilo que os sujeitos efetivamente sentem (o que é vivenciar a *cólera*), nem aquilo que os motiva a querer vivenciar ou agir (porque ou em que ocasião se vivencia a *cólera*), tampouco as normas gerais que regulam as relações sociais e se constituem em categorias que sobredeterminam o comportamento dos grupos sociais. A análise do discurso tem por objeto de estudo a linguagem em uma relação de troca, visto que ela é portadora de algo que está além dela. (CHARAUDEAU, 2007, p.1-2).

A análise do discurso, nessa perspectiva, aborda os discursos como visada e de efeitos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista um número mais expressivo de comentários do portal Uol analisados em nossa pesquisa de tese, que foram 93 comentários, comparado ao portal G1, 59 comentários, foi possível perceber um número menor de aparecimento de nomes, como ilustra na amostra aqui selecionada, para interpelar o seu interlocutor no portal Uol. Neste portal aparecem 5 ocorrências (5,3%) do suposto nome do interlocutor, enquanto no G1 aparecem 16 ocorrências (27,1%)⁸.

Por exemplo, os comentaristas C-126, C-130, C-141 e C-151⁹, do portal G1, utilizam de uma identificação própria para se referir diretamente a seu interlocutor, com efeito provocativo, colérico e de indignação. Nesse sentido, em função do teor dos comentários e da

⁸ Este estudo contemplou alguns dos comentários analisados na pesquisa maior, a de tese, a partir da qual este estudo faz parte, porém, apenas nessa estatística, todos os 152 comentários analisados foram observados e não apenas aqueles trabalhados analiticamente neste estudo, de forma que seja possível falar com mais solidez sobre os resultados apurados, haja vista o número significativo de comentários.

⁹ Comentarista C-126 designada por Julia Martins: “O Fernando acha que violência contra a mulher é “brincadeira”. Vou arrancar tuas bolas de brincadeira também!” Comentarista C-130 designada por Juliana: “Oi, Antoniel. Sim, infelizmente, feministas fazem parte da minoria no Brasil. Mas não se preocupe! A cada dia, nossos números se multiplicam. Daqui a pouco alguém de nossos rankings irá fazer uma visitinha a você. Aí nossas ideias não parecerão tão obscuras e doentes assim... Te vejo em breve, Juliana” Comentarista C-141 designada por Alessandro Moreira: “Juliana! Então vc está dizendo que tara sexual não é coisa séria? Se vc não sabe, o fato da maioria das mulheres gostarem de apanhar, por muitos especialistas psicólogos é justamente pelo fato delas gostarem mesmo de serem dominadas pelo “homem opressor”.” Comentarista C-151 designada por Faloaverdade: “Vause, krida, eu sei que nem todo mundo alcança... vou descer ao seu nível: os machistinhas dementes resumem tudo a falta de r/o/l/a para as mulheres. Esse cara, por todas as besteiras que esta vomitando, obviamente, também precisa de uma. Boa sorte”

nomeação dos interlocutores, o *ethos* que se constrói do portal G1 revela-se mais apelativo, com o uso de vocábulos e expressões ásperas e que adentram o obsceno: C-118 “Antes de te picotar ainda te castro e faço você mastigar o próprio piruzinho”, C-138 “Mulher gosta de apanhar. Tanto que tem orgasmos com isso”. Essa obscenidade, com a utilização de expressões grosseiras, desrespeita os comentaristas, fazendo uso de uma sexualidade devassa e promíscua, não percebida nos comentários do portal Uol. A maior parte dos comentários do portal G1 gira em torno de ataques entre sexos, com o uso maior de ironias, comparado ao Uol, enquanto que neste portal, os ataques têm como alvo os machistas e os partidos políticos, e a construção dos comentários postados são mais extensos e explicativos.

A imagem representada por um número reduzido de comentaristas¹⁰ do portal Uol é a de um internauta que procura ostentar um saber, que permite construir um *ethos* que quer ser definido como competente e intelectual. A linguagem utilizada por estes comentaristas também reforça o *ethos*, que procura a credibilidade pela exploração dos recursos linguísticos, com vocabulário mais elaborado, a apresentação de dados estatísticos, teorias e leituras realizadas, de forma que o locutor não aparece explicitamente, e assim, colaboram para um efeito de objetividade; além disso, levam o interlocutor a acreditar que os enunciados são verdades do senso comum e não dele. Os conhecimentos desses comentaristas são um pouco mais explorados no portal Uol, com comentários mais extensos e explicativos. Apenas em um dos comentários do portal G1, o C-114¹¹, essa busca por mostrar um saber foi observada. Esse

¹⁰ Comentarista C-02 designada Fernanda Lelles: “Leia o livro “O Segundo Sexo” que você vai entender. A obra dessa filósofa é aclamada no mundo inteiro por ser pioneiro na luta pela igualdade de gênero. O gênero feminino não é melhor nem pior, apenas igual. Um tratamento de igualdade soa injusto pra você? Quanto à violência, esta é uma realidade, todos os dias mulheres morrem por causa da violência doméstica. Uma coisa está totalmente ligada a outra. E não é um tema de esquerda ou de direita, é um problema de toda a sociedade”. Comentarista C-15 designado Logical Think: “Segundo o Mapa da Violência, estatística oficial do IBGE, a violência contra a mulher é DEZESSEIS VEZES menor que a violência contra o homem. Logo, abordar esse tema (por sinal, batido, com perdao do trocadilho) é gastar vela com mau defunto. O feminismo é coisa morta”. Comentarista C-33 designada Verit: “Que palhaçada é essa, quer dizer que se escrever sobre os privilégios das mulheres nessa sociedade, que não tem como falar em feminicídio onde morrem quase 9 homens por violência para cada mulher, o cara tira nota ruim no exame e não pode estudar? Por isso que o ensino vai de mal a pior, ao inves do estudante aprender a fazer contas 12 horas por dia, vai decorar a vida de Jose Dirceu, sobre distribuição de renda e músicas de chico buarque, e virar pedinte de esmolas estatais, como mais hospitais, daqui uns 2 anos o foco vai ser o mst e distribuição de terras. Vão continuar levando de lavada dos estrangeiros, coitado de quem realmente quer estudar”. Comentarista C-34 designada iluministas: “Eles aplicam as teorias de Antônio Gramsci em nossa sociedade. Ocupação de todos os espaços (Mídia escrita e visual, escolas, sindicatos, militares etc) para que posteriormente, estando no poder, de nada adiantará reclamar (como nos dias de hoje) pois eles serão o poder, a justiça, as forças militares etc. Junto com tudo isso, a mudança da sociedade ocorrerá nas escolas, e sem percebermos, seremos esquerdinhas. Esta é a revolução silenciosa”. Os comentários C-16 e C-47 já foram explicitados ao longo do artigo.

¹¹ Comentarista C-114 designado **Brazileiro**: “Qualquer coisa que falarmos aqui, contra o marxismo, será censurado, pois 80% dos patrocínios. vem do governo, e quem tá no poder o pessoal da esquerda. Alguém já

número limitado de comentaristas que se preocupam em ostentar um saber ao postarem seus comentários que, possivelmente, podem trazer uma contribuição para o mundo da informação, se dá porque a grande parte deles deixa que o caráter da discussão sobre a temática do Enem se perca, enveredando para o deboche, o xingamento, respaldado em tangenciamentos do tema. Com exceção dos casos mencionados, a maioria dos comentaristas não acrescenta nada, em termos qualitativos, sobre o tema discutido. Não há uma progressão do tema, com informações adicionais e perspectivas relacionadas à violência contra a mulher. Ao contrário, as discussões saem da temática e direcionam a outros domínios: ao marxismo, aos partidos políticos, aos favoráveis e aos desfavoráveis ao feminismo e aos machistas.

A temática em si não é discutida pela maioria dos comentaristas, e o que vemos é um espaço dedicado aos desabafos, às discussões agressivas e às provocações, sem uma visada de informação, sem que o locutor levasse ao outro um “fazer saber”. As matérias dos portais têm uma visada predominantemente informativa, já os comentários online, apesar de se basearem nessas matérias, em decorrência de sua natureza, possuem outra visada, a de incitar à provocação e, conseqüentemente, com ofensas e ridicularizações por parte do locutor, que poderá provocar no interlocutor um estado emocional desagradável. Assim, os comentários não colaboram para um processo de interação social, de socialização.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, R. (org). **Imagens de Si no Discurso: a Construção do Ethos**. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Manuel Alexandre Júnior; Paulo Farmhouse Alberto; Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1998.

_____. **Retórica das paixões**. Tradução do grego de Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BARTHES, R. **L’ancienne rhétorique. Aide-mémoire**. In: Communications, n. 16, 1970, pp. 172-223.

CHARAUDEAU, P; GHIGLIONE, R. **A palavra confiscada: um gênero televisivo: o talk show**. Instituto Piaget, Lisboa. Tradução Susana Farias Azevedo. 1997.

observou que no intervalo dos jornais da emissoras de TV , os comerciais são CEF, Banco do Brasil, ou pátria educadora, portanto qualquer crítica que façamos aqui será censurada, mesmo que você não fale palavrão, mas entre o ato de falar palavrão e falar contra os comunistas desse país o G1 prefere o palavrão”.

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

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, P. **A patemização na televisão como estratégia de autenticidade**. In: Mendes E. & Machado I.L. (org.). *As emoções no discurso*, Mercado Letras, Campinas (SP), 2007. Consulté le 14 février 2019 sur le site de *Patrick Charaudeau- Livres, articles, publications*. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/A-patemizacao-na-televisao-como.html>

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas, São Paulo: Pontes, 1987.

ENEM 2015: "Violência contra a mulher" é o tema da redação. São Paulo: UOL, 2015. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/noticias/2015/10/25/enem-2015-violencia-contra-a-mulher-e-o-tema-da-redacao.htm#comentarios>> Acesso em: 04 maio 2018.

ENEM 2015: "Traz violência contra a mulher no tema da redação. São Paulo: G1, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/educacao/enem/2015/noticia/2015/10/enem-2015-traz-violencia-contra-mulher-no-brasil-no-tema-da-redacao.html>> Acesso em: 04 maio 2018.

LYSARDO-DIAS, D. **Estereótipos e emoção: empatia no gênero proverbial**. In: MENDES, Emília & MACHADO, Ida Lúcia (orgs.). *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado das Letras, 2010, v. 2.

MAINGUENEAU, D. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Tradução de Freda Indursky. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

_____. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Ethos, cenografia, incorporação**. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz; Fabiana Komesu; Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. **A noção de ethos discursivo**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). *Ethos Discursivo*. São Paulo, Contexto. 2008.

_____. **A propósito do ethos**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008b.

_____. **Argumentação e Análise do Discurso: reflexões a partir da segunda Provincial**. Tradução de Eduardo Lopes Piris; Moisés Olímpio Ferreira. In: BARONAS, R. L; MIOTELLO, Valdemir (Orgs.). *Análise de Discurso: teorizações e métodos*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011. p. 69-86.

ORLANDI, E. 2007. **As formas de silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Editora da Unicamp.

PLANTIN, C. **L'argumentation**. Paris: Seuil, 1996.

_____. **Structures verbales de l'émotion parlée et de la parole émue.** In: COLLETTA, Jean-Marc; TCHERKASSOF, Anna (dir.). *Les émotions.* Cognition, langage et développement. Liège: Mardaga, 2003, p. 97-130.

_____. **A argumentação:** história, teorias, perspectivas. Tradução Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2008b.

TERMOS de uso. São Paulo :2017. Disponível em : < <https://social.api.uol.com.br/u/termos-de-uso.html>.> Acesso em 10 nov 2019.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

SABINO, J. L. M. F. A Postura dos Ethé: Uma Análise Discursiva de Comentários Virtuais a Partir de Redação do Enem. **Rev. FSA**, Teresina, v.16, n.3, art. 12, p. 225-248, mai/jun. 2019.

Contribuição dos Autores	J. L. M. F. Sabino
1) concepção e planejamento.	X
2) análise e interpretação dos dados.	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X