



ETHOS DA RIQUEZA: CARÁTER E CORPORALIDADE DA “MUSA DAS FINANÇAS”, NATHALIA ARCURI

ÉRIKA DE MORAES¹

RESUMO: O artigo desenvolve uma reflexão sobre o *ethos* discursivo de Nathalia Arcuri em seu canal do YouTube, *Me Poupe!*, dedicado ao “entretenimento financeiro”. O canal se dirige a um público leigo, interessado em enriquecimento, por meio de uma dada concepção de educação financeira. Com respaldo no quadro teórico-metodológico da Análise do Discurso francesa, as análises de três vídeos buscam compreender os dispositivos de enunciação que tornam possível a emergência de discursos que legitimam a imagem da especialista em finanças. É priorizado o conceito de *ethos* discursivo, conforme reelaborado por Maingueneau, revelador do *caráter* e da *corporalidade* que moldam os discursos na mesma intensidade que os “conteúdos” que estes veiculam. *Ethos* dito e *ethos* mostrado convergem para reforçar que não há relação de exterioridade entre o dispositivo de enunciação e o enunciado, que o constitui e é constituído por ele. A discussão leva em conta o tripé fundador da Análise do Discurso (linguagem, ideologia e inconsciente) e valoriza a contribuição que a psicanálise pode trazer ao desenvolvimento dos estudos sobre *ethos*. As análises demonstram o *ethos* da educadora de pulso firme, guerreira e elaboradora de autoestima, sinalizando a construção de uma subjetividade forte, tratada aqui em sua complexidade.

Palavras-chave: análise do discurso; *ethos*; subjetividade.

ABSTRACT: The article develops a reflection about the discursive *ethos* of Nathalia Arcuri on her YouTube channel, *Me Poupe!*, dedicated to “financial entertainment”. The channel is addressed to a lay public, interested in enrichment, through a given conception of financial education. With the support in the theoretical-methodological framework of the French Discourse Analysis, the analyzes of three videos seek to understand the enunciation devices that make possible the emergence of discourses that legitimize the image of the specialist in finances. We prioritize the concept of discursive *ethos*, as developed by Maingueneau, which reveals the *character* and *corporeality* that shapes the discourses in the same intensity as the “contents” that they convey. *Ethos* ‘said’ and *ethos* ‘shown’ converge to reinforce that there is no relation of exteriority between the device of enunciation and the statement, which constitutes it and is constituted by it. The discussion takes into account the founding tripod of the Discourse Analysis (language, ideology and unconscious) and it values the contribution that psychoanalysis can bring to the development of *ethos* studies. The analyzes demonstrate the *ethos* of the steady hand educator, hardworking and self-esteem maker, signaling the construction of a strong subjectivity, treated here in its complexity.

Keywords: discourse analysis; *ethos*; subjectivity.

1. INTRODUÇÃO: ENTRE O *SER* E O *TER*

A maioria das pessoas já ouviu a velha máxima de que *ser* é mais importante do que *ter*. Muito provavelmente, teve o processo educativo, familiar e religioso

¹ Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Câmpus de Bauru e Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos do IBILCE-Unesp, São José do Rio Preto. erika.moraes@unesp.br

perpassado por esse ensinamento e, contraditoriamente, presenciou ocasiões em que foi determinante *ter* algo, possuir (dinheiro, sucesso, credenciais, oportunidades etc.). A proposta de escrever sobre o *ethos* discursivo que emerge da personagem Nathalia Arcuri (correlato à sua personalidade no mundo, uma comunicadora brasileira nascida em 1985), construído (e em construção) em seu canal de YouTube Me Poupe!, apresentado como um canal de finanças e entretenimento com dicas para enriquecer, leva a pensar além da dicotomia *ser/ter*.

Talvez como tantas outras “ideias” que circulam – para a Análise do Discurso, nunca são apenas “ideias”, conteúdo, mas espécies de “fragmentos de memória” interdependentes de contexto histórico (mas, é claro, há muito mais para explicar essas aspas) –, a dicotomia *ser/ter* seja apenas a parte superficial da questão que, como outras cotidianas, faz convergir para estágios avançados de polarização. Há sempre de se considerar matizes. Não é aleatório que o ato de subjugar sempre foi atravessado pelo de despossuir. Antigos reinados propunham como penalidades (geralmente relacionadas à traição ao governo vigente) a prisão (ou morte) e o confisco de bens. O horror do Holocausto durante a Segunda Guerra Mundial teve como principal marca (ou deveríamos dizer mancha) a tentativa de extermínio de pessoas judias, seja fria e diretamente numa câmara de gás, ou dia a dia, em doses letais de despersonalização que passavam pela desapropriação – a tomada dos bens, das vestimentas, das pequenas posses e dos cabelos, como um processo de confisco de identidade². Ao trazer uma memória tão sombria à tona, pode soar irrelevante, profano ou inadequado falar sobre a importância do dinheiro, afinal, ele nada significa diante da dignidade da vida. No entanto, há necessidade de recursos (alimentação, habitação, educação etc.) para se ter dignidade.

Não se nega aqui a “vida” ao tratar do discurso, tampouco se desconsidera que existe uma pessoa, de fato (e nossa contemporânea), correlacionada a seu *ethos*, muito embora seja da construção conceitual que aqui tencionamos tratar. É com respeito a essa complexidade (e ao ser no mundo) que se propõe tratar do *ethos* discursivo, como já o fizemos em outras ocasiões (ver MORAES, 2008 ou MORAES, 2013).

A discussão será apresentada da seguinte forma: situaremos o quadro teórico-metodológico; a seguir, proporemos análises (não exaustivas) sobre três vídeos representativos, retomando e problematizando conceitos. Trata-se de um tipo de material que impõe novos desafios para a teoria, entre os quais o fato de que “as dimensões verbal e icônica estão estreitamente ligadas” (MAINGUENEAU, 2018). À semelhança da literatura, em que se constitui um amálgama entre *pessoa*, *escritor* e *inscritor* (MAINGUENEAU, 2006), no *ethos* discursivo entrelaçam-se

² Ver, por exemplo, o relato de Eva Schloss, sobrevivente de Auschwitz-Birkenau, que escreveu: “Os banhos semanais significavam que todas as nossas roupas eram removidas para despioalhagem. Nada pertencia a nós pessoalmente e, se possuíamos algo para deixar a vida um pouco mais civilizada – como uma caneca, um alfinete, um pedaço de sabão –, era comum que isso se perdesse com nossas roupas na porta dos chuveiros” (SCHLOSS, 2010, p. 127-8). [SCHLOSS, E. com KENT, E.J. *A história de Eva* – como a meia-irmã de Anne Frank sobreviveu ao Holocausto. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, 2010.]

ethos dito e *ethos* mostrado, trazendo à tona a complexidade na relação entre os elementos fundantes da Análise do Discurso: linguagem, ideologia e inconsciente.

2. ANÁLISE DO DISCURSO, *ETHOS* E YOUTUBE

2.1 O quadro teórico geral

Este trabalho alinha-se ao campo teórico-metodológico conhecido como Análise do Discurso de linha francesa (ou AD), segundo o qual o sentido deve ser entendido como um construto a partir dos discursos correntes, relacionado a posicionamentos e às condições históricas de produção. Com base nos estudos de Pêcheux (desde 1969 [1990]), para a AD, não se trata de buscar “o” sentido por excelência, mas evidenciar interpretações que não se neutralizam e ressaltem estratégias de sujeitos (históricos) nos níveis opacos da linguagem. Embora nascida na França em meados da década de 1960, a chamada “escola francesa” não se refere a uma delimitação geográfica, tendo se expandido internacionalmente, com reconhecido destaque para o Brasil. Trata-se muito mais de uma tradição que pensa a relação entre o ideológico e o linguístico, sem redução a um desses dois elementos, denunciando ainda a ilusão do sujeito de ser a “fonte do sentido” (PÊCHEUX e FUCHS, 1975 [1990]), o que Maingueneau (2009, p. 67) relaciona ao trabalho de “forças inconscientes”.

As forças inconscientes se referem ao inconsciente freudiano, “um lugar desligado da consciência, povoado por imagens e paixões e perpassado por discordâncias” (ROUDINESCO, 2000, p. 68). Atravessado por esse inconsciente psíquico, dinâmico e afetivo, “o sujeito freudiano é um sujeito livre, dotado de razão, mas cuja razão vacila no interior de si mesma” (p. 69). Conforme explica Roudinesco, ao colocar a subjetividade no cerne de seu dispositivo, e justamente por isso, Freud conceitua “uma determinação (inconsciente) que obrigava o sujeito a não mais se ver como senhor do mundo” (p. 70), um sujeito que só é possível por pensar na existência mesma de seu inconsciente, então, só é livre ao “aceitar o desafio dessa liberdade restritiva” e “porque reconstrói sua significação”.

Assim compreendida a liberdade restritiva do sujeito, entende-se que os sofrimentos psíquicos sejam inerentes ao ser humano (não necessariamente patológicos), e estes moldam a subjetividade de cada um, como as paixões, a sexualidade, a relação com o outro. Cada ser humano lida com o sofrimento particular, transformando-o, ressignificando-o, por meio das próprias ações terapêuticas (ou com ajuda profissional). Na sociedade contemporânea, acelerada e multimidiática, caracterizada pela imposição da felicidade estampada nos sorrisos das redes sociais, o sofrimento psíquico manifesta-se comumente sob a forma de depressão, quando o ser “deprimido não acredita mais na validade de nenhuma terapia” (ROUDINESCO, 2000, p. 13). Emerge a sociedade da medicalização (BIRMAN, 2012) em oposição à busca de sentido pelo lugar de fala, como seria a posição da psicanálise: “o fato de se verbalizar o sofrimento, de encontrar palavras para expressá-lo, permite, se não curá-lo, ao menos tomar consciência

de sua origem e, portanto, assumi-lo” (ROUDINESCO, 2000, p. 26). O exemplo prototípico de cura catártica é o famoso caso de Anna O. (Berta Pappenheim), “uma mulher trágica do fim do século XIX, que deu sentido à sua vida engajando-se numa grande causa” (ROUDINESCO, 2000, p. 27). Enquanto a psicanálise busca a possibilidade de cura, o foco da Análise do Discurso é compreender a emergência de sentidos, ambas reportando a esse sujeito não arredio ao sofrimento psíquico.

2.2 *Ethos* Discursivo no YouTube

Pesquisador atuante e contemporâneo, Maingueneau partiu da Retórica Clássica para ressignificar o conceito de *ethos* segundo os pressupostos teórico-metodológicos da AD. O conceito torna-se particularmente conhecido e frutífero no Brasil a partir de traduções dos textos do autor, bem como da publicação da obra de Amossy (2005), *Imagens de si no discurso* – a construção do *ethos*, e da coletânea de Motta e Salgado (2008), *Ethos Discursivo*. Desde então, pesquisadores em AD o retomam e, simultaneamente, contribuem para sua expansão.

O conceito é particularmente produtivo para apreender o entrelaçamento entre forma/conteúdo (divisão didática) de que trata a AD, teoria que, por definição, opôs-se à análise de conteúdo desde o seu surgimento, embora isso ainda possa causar alguma confusão em outros campos, já que, estando “na encruzilhada das ciências humanas”, a disciplina é submetida a uma grande instabilidade (MAINGUENEAU, 2009, p. 19)³.

A noção de *ethos* permite uma elaborada contribuição para compreender a impossibilidade de tratar do conteúdo de um texto sem se considerarem os *modos de dizer* ou vice-versa, já que o *ethos* do texto (seu tom) se constitui no cruzamento desses aspectos e de seu lugar institucional. Para Maingueneau, “o que é dito e o tom com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis” (MAINGUENEAU, 1987 [1997], p. 46), não havendo hierarquia entre o “conteúdo” e o modo de dizer, uma vez que a eficácia de um discurso (mensurada por sua capacidade de suscitar a crença) está diretamente ligada ao *ethos* que ele constrói e, ao mesmo tempo, sustenta.

Assim, a problemática do *ethos* se aproxima daquelas sobre a “apresentação de si” ou a “gestão da identidade”. Segundo a tradição aristotélica, na qual se inspira o conceito clássico de *ethos*, a retórica tem relação com a arte de tornar o discurso eficaz a fim de persuadir, de convencer, obtendo assim a adesão do público a quem se destina. Pensar a arte de argumentação pelo viés da AD implica acrescentar que não se trata (ao menos não unicamente) de argumentar segundo a “intenção” de um locutor a fim de atingir certo objetivo. Há efeitos de sentido que podem se produzir para muito além do controle do enunciador, visto que os discursos (e as formas de dizer por meio das quais esses se concretizam) são também atravessados por ideologia (Althusser) e inconsciente (Freud e Lacan).

³ As traduções do original francês de Maingueneau (2009) são de nossa responsabilidade.

Não significa que não se apostem em táticas de argumentação e sedução para aproximar os efeitos de sentido produzidos àqueles “almeçados” pelo enunciador.

Para Maingueneau, as características do *ethos* estão presentes tanto no texto oral quanto no escrito, já que “o texto escrito possui, mesmo quando o denega, um tom que dá autoridade ao que é dito. Esse tom permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador (e não, evidentemente, do corpo do autor efetivo)” (MAINGUENEAU, 2000, p. 98). Cabe ressaltar que é o destinatário que completa a constituição do *ethos*, já que ele constrói a figura de um fiador “dotado de propriedades físicas (corporalidade) e psicológicas (caráter)” (MAINGUENEAU, 2018, p. 322). Para tanto, precisa se apoiar em “um conjunto difuso de representações sociais avaliadas positiva ou negativamente, de estereótipos que a enunciação contribui a fortalecer ou a transformar” (MAINGUENEAU, 2018, p. 322).

É, então, o tom de autoridade um dos fatores relevantes do *ethos*, seja no texto oral ou escrito (ou, na contemporaneidade, multimidiático). Daí o autor explicar que “a eficácia do *ethos* decorre do fato de que envolve de alguma forma a enunciação, sem ser explicitado no enunciado” (MAINGUENEAU, 2005, p. 70). A não necessidade de explicitação (no enunciado) decorre do fato de que as situações de enunciação se constituem no quadro de uma “cena de enunciação”, que não se confunde com um simples quadro empírico, mas “se constrói como cenografia por meio da enunciação”.

Seguindo a tripartição proposta por Maingueneau (2005), nesta análise, propomos considerar como *cena englobante*, que corresponde ao tipo de discurso e a ele confere seu estatuto pragmático, a comunicação digital multimidiática na qual se insere o YouTube. A *cena genérica*, que é a “do contrato associado a um gênero, a uma ‘instituição discursiva’” (MAINGUENEAU, 2005, p. 75), é caracterizada por um tipo específico de comunicação em evidência na atualidade que é o Vídeo do YouTube⁴, relacionado ao gênero audiovisual (antigamente associado ao meio televisivo) imbuído de características da era digital, em especial a interatividade, que toma forma a partir da atuação dos usuários da internet como interlocutores participantes, os quais se inscrevem no canal, comentam, dão *likes* e, assim, movimentam os algoritmos do YouTube para que o vídeo em questão seja visualizado por mais usuários⁵. A cada vídeo, as *cenografias*, que podem ter

⁴ Criado em 2005 e adquirido pelo Google em 2006, o YouTube é um site de compartilhamento de vídeos gratuitos (atualmente dispendo de versão premium paga). De acordo com o ranking Alexa, pesquisa realizada pela empresa Amazon, o YouTube é o segundo site mais visitado do Brasil, atrás apenas do site de busca Google. O YouTube se define marcadamente por sua “cultura participativa” (BURGESS; GREEN, 2009) e, mais do que representa a possibilidade de “transmitir-se” (em referência ao slogan “Broadcast Yourself”), é hoje um meio de comunicação eficaz e um negócio para pessoas e empresas, voltado a nichos de público dentro da grande massa e, também, um lugar por onde circulam variadas cenografias, no sentido de Maingueneau. [Fonte ranking Alexa: Top Sites in Brazil. <<https://canaltech.com.br/internet/veja-quais-sao-os-sites-mais-acessados-no-brasil-38887/>> Acesso em 02/03/2019] [BURGESS, J. e GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.]

⁵ O funcionamento pautado em métricas de visualização provoca um efeito em cadeia: quanto mais visto um vídeo, mais ainda o será em razão exponencial, podendo atingir o estatuto de estar entre os mais visualizados. Assim, a visualização pelo internauta já é em si uma forma de participação e

nuanças variadas, dão forma mais visível ao *ethos* que emerge da enunciação, por isso merecem ser exploradas caso a caso.

O público (leitor, telespectador, internauta...) reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero de discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc. ou mesmo em conteúdos explícitos (dizer que a AD não se resume ao conteúdo não implica desconsiderá-lo: ao contrário, o conteúdo, por assim dizer, é parte relevante dos elementos que constituem a cenografia).

Entende-se, então, que o conceito de *ethos* está diretamente ligado à cena de enunciação, que põe em foco certa(s) cenografia(s), vinculadas a visões de mundo vigentes, na rede de interdiscursividade. Assim, nossas análises descreverão cenografias extraídas de vídeos do canal Me Poupe!, que comportam a construção de um *ethos* específico de Nathalia Arcuri, personagem e, a um só tempo, fiadora de seu discurso.

A noção de *ethos* – crucial para a (re)constituição da cenografia da qual participa e deriva – está diretamente ligada à enunciação, “não a um saber extradiscursivo sobre o enunciador” (MAINGUENEAU, 2005, p. 70). Em outras palavras, embora o público possa ter uma visão prévia sobre a personalidade em questão, com base em enunciações anteriores (seu *ethos* pré-discursivo), a cada novo vídeo, seu *ethos* é reelaborado, imerso em novas cenografias (complementares ou, eventualmente, conflitantes), por meio da vocalidade que, simultaneamente, o retoma e o reconstrói.

Os conceitos de *ethos* discursivo e cenografia são mobilizados de forma interconectada, a fim de se procurar entender o *ethos* dito e o *ethos* mostrado (MAINGUENEAU, 2018) da personagem Nathalia Arcuri. Conforme ainda aponta Maingueneau, a problemática do *ethos* é bastante complexa e está longe de se esgotar na enunciação (apesar de sua relação intrínseca com ela), dependendo, em boa medida, de interpretação do destinatário. Seus efeitos, portanto, podem ser diversos e fogem ao controle do enunciador.

3. DO JORNALISMO TRADICIONAL PARA O YOUTUBE – O *ETHOS* DISCURSIVO DA EDUCADORA FINANCEIRA

Resumiremos alguns traços biográficos considerados relevantes para as análises. Nathalia Arcuri é formada em jornalismo, trabalhou em emissoras tradicionais (SBT e Record) e, de acordo com seus relatos em entrevistas, palestras, em seu próprio canal e em seu livro (ARCURI, 2018), interessou-se desde criança pelo tema financeiro. Um gancho teria impulsionado sua história: aos sete anos, perguntou ao pai se ele fazia uma poupança para ela comprar um carro aos 18, como

sustentação do canal. O canal pode ter monetização dos vídeos (ganhos com inserções comerciais distribuídas pelo próprio YouTube) e/ou patrocínio, uma das formas mais eficientes de profissionalizar a plataforma. Este é o caso do canal de Nathalia Arcuri, atualmente patrocinado por uma corretora de valores (podendo ainda receber apoio ou realizar permutas com outros parceiros). Aos patrocinadores, interessam as visualizações e outras métricas, bem como associar o seu negócio a uma imagem positiva.

lhe contara uma colega de escola. O pai lhe respondeu negativamente, dizendo que ela mesma precisaria batalhar por seu carro. Segundo ela, aquele “não” definiu a sua vida: desde então, tornou-se uma pessoa focada em economia, prioridades, busca de renda extra, a fim de conquistar seu sonhado carro e, posteriormente, outros objetivos (o apartamento, o negócio próprio, o primeiro milhão, o *status* etc.). Relata ainda que, enquanto seguia uma trajetória considerada bem-sucedida na TV Record, propôs ao superior a realização de um Reality Show sobre finanças e comportamento. Diante da segunda negativa marcante em sua vida, Nathalia motivou-se a pedir demissão e a criar seu próprio canal, o Me Poupe!, que atingiu a meta de três milhões de inscritos em 2019, seu quarto ano de existência.

Conforme Arcuri, o canal inaugura o conceito de Entretenimento Financeiro⁶. Com respaldo em sua formação de comunicadora e em estudos constantes sobre economia, finanças e psicologia financeira, a jornalista propõe promover, por meio de uma linguagem popular, a educação financeira acessível. Muitos de seus vídeos retomam uma forma coloquial e interativa de explicar o funcionamento do Sistema 1 e Sistema 2, conforme Kahneman (2011). Para este autor, Prêmio Nobel de Economia, o Sistema 1 corresponde à intuição, enquanto o 2 se refere ao autocontrole, ponderação, diligência. Arcuri defende que a Psicologia Econômica está na base do enriquecimento lícito, ao encontro do que defende Kahneman, para quem “a maioria das impressões e pensamentos surge em sua experiência consciente sem que você saiba como foi parar lá” (KAHNEMAN, 2011, p. 10), influenciando diretamente em seu sucesso financeiro.

Para esta análise do *ethos* discursivo, consideramos especialmente os seguintes vídeos:

- a. O primeiro episódio do Reality Show do Canal Me Poupe!;
- b. Um vídeo de desabafo sobre por que Nathalia Arcuri criou o canal;
- c. Um vídeo sobre a mudança de seu próprio penteado, assumindo os cabelos ondulados, que antes apareciam sempre escovados.

Esses vídeos são aqui considerados em intertextualidade (e interdiscursividade) com os demais produzidos por Nathalia, aos quais se pode remeter sempre que se considerar importante ou esclarecedor. A escolha desses vídeos, como a análise mostrará, está relacionada ao potencial revelador quanto ao *caráter* e *corporalidade* que moldam o *ethos* relacionado à personalidade em questão.

⁶ Nathalia classifica seu canal como “o primeiro canal de entretenimento financeiro”. Embora não seja objetivo desta pesquisa apresentar um histórico sobre os canais de finanças, observamos que existem os que se definem como educativos sem entretenimento, ou seja, mais formais e técnicos. Por sua vez, Nathalia parece ter puxado um gatilho para a existência de inúmeros canais que se apresentam como financeiros com entretenimento, muitos deles retomando algumas expressões cunhadas por Arcuri, como “a magia dos juros compostos” ou “(X)flix” em paralelismo com “Nathflix”, expressão que Arcuri utiliza para convidar o internauta a assistir a seus vídeos antigos, em alusão a seu nome e à rede Netflix. Uma vez que os algoritmos do YouTube mostram “canais semelhantes” ao internauta que assiste a vídeos sobre um determinado tema, assistir aos vídeos de Nathalia nos levou, em nossa navegação, a alguns desses outros canais, os quais só poderiam ser analisados em uma pesquisa muito mais extensa.

3.1 O Reality Show: educadora de pulso firme

O Reality com a participante Bruna Andriotto estreou no YouTube em 20 de dezembro de 2018. Na interação entre Nathalia e a participante, constrói-se o *ethos* da educadora de pulso firme (como uma mãe que considera mais importante educar do que agradar), em convergência com outras enunciações em outros vídeos de seu canal.

A youtuber se apresenta como alguém que vai “salvar as finanças da Bruna”, mas “sem passar a mão na cabeça”. O episódio editado tem 21min22 (teve 890 mil visualizações até 13.02.19). Mais de 980 pessoas se inscreveram para participação e, conforme explica Arcuri, Bruna, 27 anos, foi escolhida por representar “uma massa de brasileiros que teve acesso ao crédito sem ter educação financeira e agora estão fudidos”, em suas palavras.

A firmeza de suas palavras e postura contrasta com o carinho que Nathalia demonstra pela participante, equivalente ao que dirige a seu público, os chamados “mepoupeiros”. Muito mais do que no *que* ela diz, um lado “meigo” se revela em atitudes, na mudança de tom de voz, nos gestos como o abraço dado em Bruna no episódio. Nathalia ironiza sua própria postura firme com alguns jargões: “Cara feia? Adoro!” ou “olha como estou fofa hoje!”. E justifica-se: “Tem que botar pressão. Botou pressão, funcionou”. Há, assim, uma tensão presente entre *ethos* dito (palavras, linguagem assertiva) e *ethos* mostrado (ternura, preocupação com a participante). Há um jogo enunciativo entre eles do qual se depende o efeito (que pode escapar ou não ao destinatário) de que se é rude para fazer o bem (o que pode ser mais ou menos consciente por parte do enunciador). O *ethos* dito (“falo verdades que doem”), que se relaciona com as propriedades da própria enunciação, desempenha papel tão importante quanto o mostrado (“eu faço o bem”), o que se apresenta em sua maneira de enunciar. Conforme ressalta Maingueneau (2018, p. 325), “a interpretação do *ethos* não é tão fácil quanto parece”. Ela depende de uma decisão interpretativa do interlocutor, que determinará se o *ethos* mostrado é um sintoma ou uma estratégia. “Conforme se decide por uma ou por outra interpretação, as consequências em termos de avaliação da personalidade são diferentes” (MAINGUENEAU, 2018, p. 325). Assume-se, portanto, que o *ethos* tem um duplo *status*: “ele é tanto visado pelo locutor quanto construído pelos destinatários, que precisam fazer hipóteses sobre as intenções do locutor” (MAINGUENEAU, 2018, p. 328).

Quando se analisa o *ethos* de Nathalia (cujo fiador está inevitavelmente conectado à sua pessoa no mundo), vem à tona a influência da educação recebida de seus pais. Não se trata de dar aqui um viés psicologizante para a análise (com o qual a AD não compactuaria), mas de considerar, conforme os preceitos da teoria mobilizada, que os sujeitos são atravessados por suas histórias, ideologias, crenças, convicções conscientes e inconscientes. Assim, como personagem, Nathalia reelabora o “não” recebido de seu pai, não com rancor, mas como válvula impulsionadora, o “não” transformador que a leva à realização de um sonho atrás de outro (dessa medida, o milhão ou os milhões parecem representar apenas um dos aspectos entre outros).

A psicanálise nos ensina que a figura dos pais é determinante na vida do ser humano. Não cabe aqui a análise psicanalítica da pessoa relacionada à figura pública, mas a forma como é construído seu *ethos* discursivo dá alguns indícios sobre uma relação firme-amorosa pais-filha que tanto parece inspirar Nathalia – ou sua constituição como enunciadora.

Em alusão a seu método de organização financeira com base comportamental, a expressão “Chicoaching” é cunhada por Nathalia, estabelecendo uma relação entre seu *dizer e modo de ser*. A palavra remete a “chicote” (um sema relacionado a castigo) e coaching (uma ferramenta de organização pessoal/profissional, com acepção positiva). A junção do sema negativo (chicote, associado a castigo) com coaching (associado a acompanhamento, mentoria) coloca o termo em instabilidade, atribuindo um caráter positivo ao disciplinamento. No Reality, usa a expressão “Chicoating de amor”, cuja ideia concretiza em alguns diálogos, p. ex.:

(Nathalia) - O problema não é o cartão de crédito.

(Bruna) - Sou eu, né?

(Nathalia) - É com essa cara de pau que você me fala isso!

(...)

(Bruna) - Eu tento.

(Nathalia) - Quem tenta nunca faz nada.

(...)

(Nathalia) - É assim que a gente faz com criança de 9 anos.

(Bruna) - Eu vou melhorar.

(Nathalia) - Você não precisa melhorar, você precisa crescer.

(ARCURI, Me Poupe! – O Reality... 25/12/2018)

No Reality, Nathalia também expressa a necessidade de educar com disciplina em relação ao pai da participante Bruna: “O que o Seo Carlos precisa entender é que amor e disciplina caminham juntos; e que se a Bruna está num buraco desse tamanho, é porque em algum momento faltou limite”. Amor com disciplina é, portanto, uma definição para o “Chicoating” de Nathalia.

No planejamento financeiro para Bruna, gastos essenciais são reduzidos e mantidos. A participante é convocada a fazer renda extra por meio de atitudes como: vender roupas ou perfumes usados, cuidar de cachorros. No processo, sugere-se que a academia seja trocada por caminhadas e Nathalia faz a primeira caminhada com Bruna, mostrando que o incentivo do educador precisa ir além das palavras. Neste momento, diz à Bruna: “Vou dar o primeiro passo com você nessa caminhada”. O primeiro passo é literal como prática de exercício físico e também metafórico de todo um processo de coaching e reorganização financeira. É nessa caminhada, gravada em área externa, que se passa uma das cenas de maior apelo emocional, um abraço entre Nathalia e Bruna, com expressão sincera de ambas. O Reality é sobre a participante, mas é o *ethos* de Nathalia que se constrói em interdiscursividade com outros vídeos.

A postura de quem se projeta como alguém que diz “verdades para o bem” é uma regularidade nos vídeos de Nathalia. Um exemplo que chamou particular atenção quanto ao *tom* de se dizer uma verdade dura foi a resposta de Nathalia a uma participante no quadro #Nathresponde (Ep. 27) (vídeo anterior ao Reality).

À pergunta de uma filha cuja mãe a deixou endividada no cartão de crédito, Nathalia responde, calma e firmemente a um só tempo: “Não adianta cobrar sua mãe. Ela não vai te pagar”. Orienta a missivista a buscar meios de quitar a dívida que está em seu nome, aprender a lição e seguir em frente. Arcuri, dessa forma, apresenta-se como um enunciador que fala a partir de um lugar privilegiado de conhecimento de mundo: sua vivência e observação a fazem saber que há pessoas despreocupadas, com quem não se pode contar. São as pessoas “Âncora” de que fala em outro vídeo, e podem estar na própria família.

3.2 O vídeo desabafo: a guerreira por trás da milionária

O vídeo “O que você faria no meu lugar – a história que nunca contei sobre o Me Poupe!” foi ao ar em 5 de dezembro de 2018. Ou seja, duas semanas antes da estreia oficial do Reality, um projeto já em execução. Trata-se de um vídeo forte, em que Nathalia pontua alguns aspectos mais intensos e pessoais em relação ao seu projeto de vida. Esse vídeo teve 370 mil visualizações até 13 de fevereiro de 2019.

Apesar de, atualmente, contar com uma equipe de profissionais, Arcuri explica que gravou o vídeo sozinha, estabelecendo uma cena de intimidade: “Não dá para gravar esse vídeo com ninguém. Eu tenho que gravar sozinha”. Nathalia veste um moletom escrito “She who dares wins” (Ela que ousa vence), traço de seu *ethos* mostrado em convergência com o *dito*, e o cenário é o de sua residência, reforçando a cenografia de intimidade. No vídeo, a comunicadora conta que vai colocar o Reality no ar em breve, algo por que dedica sua vida há seis anos. O tom do vídeo é o de depoimento, no qual o *ethos* da figura pública se mistura totalmente ao da pessoa Nathalia Arcuri. Nele, promete revelar:

Como eu fiz pra chegar até aqui, o que eu tive que ouvir, as coisas que passei. E por que é tão difícil fazer esse vídeo. Se tudo o que eu passei possa ajudar você a montar o seu canal no YouTube, montar sua empresa, mandar alguém se foder que seja, eu espero que ajude. (ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

No vídeo, há um diálogo entre *ethos* discursivo e *ethos* pré-discursivo (julgamento alheio), por meio do qual Nathalia explica suas posições. Tais explicações expressam uma vontade de alinhamento (tentativa de controle) entre a imagem de si e sua imagem pública, já que pode acontecer de o destinatário não construir o *ethos* visado pelo locutor. Conforme Maingueneau, o intérprete constrói certa representação do corpo do fiador (*garant*), quer dizer, “a instância que assume a responsabilidade do enunciado, e cuja fala participa de um comportamento global (uma maneira de se mover, de se vestir, de entrar em relação com outros...)” (MAINGUENEAU, 2009, p. 60). Assim, “o destinatário atribui a este fiador um *caráter*, um conjunto de traços psicológicos (por ex., jovial, severo, simpático...) e uma *corporalidade* (um conjunto de traços físicos e vestimentários) que se apoia nos estereótipos valorizados ou desvalorizados na coletividade a que concerne” (MAINGUENEAU, 2009, p. 60-61). Tal relação entre *ethos* discursivo e pré-discursivo advém do fato de que, em princípio, o *ethos* emerge da enunciação,

mas interage com as representações que são anteriores a ela, ou ainda com outras enunciações.

Assim, Nathalia apresenta-se (*ethos* dito) para além de alguém que alcançou o sucesso, mas que batalhou sucessivamente por ele: “Todo mundo mostra o sucesso, ninguém mostra o perrengue que é chegar aonde uma pessoa chegou”, diz. Retoma sua história profissional: é formada em jornalismo e autodidata no campo da economia. Além da experiência pessoal, construiu seu conhecimento em finanças por meio de cursos, viagens, leituras, três especializações em coaching, aprofundando-se em Psicologia Econômica, o que relaciona a seu posicionamento: “Ter uma vida financeira estável e enriquecer licitamente não depende de sua habilidade com os números e sim de sua habilidade em tomar melhores decisões”. Defende esse ponto de vista:

Talento (investir, ganhar) não é competência matemática, é a competência de vender melhor seus produtos, sendo que o único produto “sou eu mesma”. [...] Cuidar bem daquilo que sobra, cuidar direitinho daquilo que é fruto de seu trabalho, pode sim enriquecer.

Essa história, só quem é rico, só quem nasce em berço de ouro tem oportunidade, tudo *bullshit* [papo furado, bobagem], coisa de gente que não aprendeu a pensar fora da caixa.

Sim, eu sei, existem milhares, milhões de miseráveis, pessoas passando fome, [...] que não tiveram educação e essa é a base de tudo. E foi por isso que eu fiz esse canal. Um canal para que você tenha educação financeira gratuita. [...]

É só você ter um pouquinho de vontade, levantar a bunda da cadeira e parar de choramingar pelos cantos. Enquanto você está chorando tem gente vendendo lenço.

(ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

No depoimento, Arcuri antecipa um contra-argumento, advindo da posição contrária ao “cada um é responsável por seu sucesso”, ao dizer: “Sim, eu sei, existem milhares, milhões de miseráveis” e atribui a miséria à falta de acesso à educação, com o que ela propõe contribuir por meio da educação financeira. É fato que este tópico mereceria aprofundamento, mas não está neste aspecto a ênfase do canal⁷.

A youtuber retoma, então, a sua história de infância, sobre a importância do “não” (diz: “Obrigada, pais, por isso!”) e o sonho do primeiro carro. Descreve-se como sempre obstinada, focada em disciplina e em evitar o desperdício de tempo e dinheiro. Conta ter sido, muitas vezes, chamada de “muquirana” (um *ethos* dito que faz referência a um suposto *ethos* pré-discursivo) por atitudes como economizar em pequenas coisas como estacionamento, levar lanche ou marmita no trabalho, comprar em brechó. Diz: “as pessoas não entendiam que eu tinha objetivos diferentes”, sinalizando uma ressignificação de suas ações em prol da

⁷ Da mesma forma, não temos condições de aprofundar o tema neste artigo por absoluta falta de espaço. Vem-nos à lembrança uma reportagem de 2018, em que a repórter da TV Globo entrevista um menor em uma instituição para menores infratores e a criança, de 10 anos de idade, responde com naturalidade: “herdei a boca [da comunidade]”. Este exemplo sugere a complexidade da questão social, revelando mais do que a falta de oportunidades, mas a naturalização de uma infância perdida. Sabemos, no entanto, que Nathalia Arcuri se dirige à educação que considera “possível”, mas que não é acessível para todos. Nesse sentido, não se pretende desmerecer o trabalho da educadora financeira (disruptivo em relação a certos discursos, como o do estímulo ao consumo e ao endividamento, por ex.), mas situá-lo numa complexidade social mais abrangente do que aquela que o canal consegue demonstrar.

economia, também expressa em outros depoimentos: “Pão duro é aquele que deixa de fazer o que gosta só para guardar dinheiro. Fiz o contrário. Guardei dinheiro para fazer o que gosto” (ARCURI, em entrevista ao UOL⁸). Conta sobre a proposta do Reality (transformar uma pessoa endividada em investidora) feita em março de 2012 ao então assistente de direção da Record e relaciona o seu interesse à sua experiência como jornalista. Houve um marco, segundo ela, quando realizou, como repórter, uma matéria sobre violência doméstica, cujos dados demonstraram que, no Brasil, a cada 15 segundos, uma mulher era vítima de violência doméstica (o dado é de 2014, atualizado para 7 segundos em 2018). A matéria apurou que 70% das mulheres que se submetem a relacionamentos violentos se sujeitam a isso porque são dependentes financeiras.

A ocasião dessa matéria teria coincidido com um período de grande impacto pessoal na vida de Nathalia, em que se separava do primeiro marido, em 2014, conforme revela no momento de maior intensidade emocional de seu vídeo, repleto de pausas e luta pessoal com o próprio choro:

No momento em que meu ex-marido me disse... essa parte é sempre difícil... “Vamos vender o apartamento que compramos juntos e cada um fica com sua metade.” [...]

Naquele momento, tudo fez sentido.

(ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

Conta que o apartamento representava a sua liberdade. Ao verificar suas contas, constatou que tinha dinheiro para comprar a parte do ex-marido e, assim, não perder a conquista de sua liberdade. Expressa o acontecimento como o encontro do sentido para o seu estilo poupador: não se trata de acumular por ser “muquirana”, mas por (poder) ser independente. No trecho a seguir, os (...) representam as pausas de Nathalia. Ela enuncia com a voz embargada:

Todo o *bullying* que eu sofri não é brincadeira... até hoje. [...] Nunca pararam pra entender que... a mensagem de fato não é o dinheiro, mas é o que você faz com ele. Se você quer ter um filho, planeje-se para isso, mas não me julguem por aquilo que ensino as pessoas a fazerem. E as pessoas não entendem como pode (...) doer de verdade (...) porque tudo (...) que eu quis (...) foi (...) tirar essas algemas das pessoas (...). Tudo que eu quis foi explicar para as pessoas que, através do dinheiro, você pode conquistar a sua liberdade, que o dinheiro pode te dar segurança, que o dinheiro pode te dar conforto, que o dinheiro pode sim te dar autoestima. E é isso que o dinheiro compra. O dinheiro não compra felicidade se você não souber o que é a felicidade e é isso que as pessoas não entendem.

No momento que me vi nessa situação de poder comprar minha liberdade, eu decidi que ia sair da minha zona de conforto [a TV, com bom salário], [...] dedicar a vida para que um maior número de pessoas tivesse a mesma sensação de liberdade.

(ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

Revela que o Me Poupe! nasceu como projeto para TV a cabo (“Foi necessário criar um nome, ter credenciais, mergulhar de cabeça”), mas foi no

⁸ CARASCO, Daniela. ‘Juntei meu primeiro milhão aos 32 e, aos 33, já poderei viver de renda’... Disponível em <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2018/02/01/juntei-meu-primeiro-milhao-aos-32-e-aos-33-ja-poderei-viver-de-renda.htm> UOL. 01/02/2018. Acesso em: 02 de março de 2019.

YouTube que acabou emplacando. No processo, conheceu o atual marido Érico Borgo, do site Omelete, um dos *cases* de sucesso da Internet. Relata que, no começo do canal, ainda amador, gravava, editava, estudava Analites, fazia cursos de outros Youtubers. Assim, retoma o discurso sobre a necessidade de garra e força de vontade:

Se você não sabe por onde começar o seu canal, preguiça sua. [...] Odeio gente que fica choramingando no meu ouvido e não faz nada pra mudar. [*Aqui, há uma mudança de tom e de postura. Nathalia vira de lado*] Fico triste mesmo, porque é tanto potencial jogado fora. Eu poderia ‘tá’ frustrada lá na TV, não teria 9 milhões de pessoas impactadas todos os meses. (ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

No trecho acima, a mudança de tom sinalizada pode ser considerada um traço não verbal que dá significado ao chamado “Chicoating”: verbalmente, ela diz “odeio” (chicote), mas parafraseia com “fico triste mesmo”, uma caracterização de que não se trata de um ódio-ódio, mas de um ódio-tristeza, materIALIZADO no que a enunciadora expõe como lamento pelo potencial que vê desperdiçado nas pessoas. Reforça, assim, no *dito* e no *mostrado*, seu *ethos* de educadora com disciplina e amor, em oposição ao *ethos* pré-discursivo de “muquirana”.

Ainda neste vídeo, Arcuri conta sobre o desabafo de uma moça em uma de suas palestras: era prostituta e, graças ao canal, percebeu que poderia sair da rua e melhorar seu padrão de vida sem precisar se vender. Empática a este relato, Nathalia reafirma o seu propósito: “Quem acredita que não existe propósito, que tudo aqui não passa de dinheiro. Não é de dinheiro que estamos falando. É de vidas. Se você acha que o dinheiro compra tudo, então você não entendeu nada”.

Em resposta aos “nãos” que recebeu sobre seu Reality, por emissoras de TV aberta e por assinatura, Nathalia conclui seu depoimento:

O YouTube é o melhor lugar onde esse Reality poderia estrear. O Me Poupe! tem mais audiência que o maior canal a cabo do Brasil. Por que eu colocaria o meu Reality, fruto do meu maior esforço, em uma outra emissora que não fosse a minha? (ARCURI, “O que você faria...”, 5/12/2018)

Nesse momento, indica que o Reality está acontecendo para “calar essas vozes que diziam que não era possível”: *diz e mostra* que é possível. São as vozes dos outros, mas também as internas, contra as quais sempre lutou, reafirmando assim o *ethos* de batalhadora. Não de alguém inteiramente forte, mas de quem luta contra as próprias fragilidades (inerentes à condição humana).

3.3 Seus cabelos e a (re)elaboração de sua autoestima

O vídeo “Adeus cabelo liso! 5 dicas baratas pra tratar o cabelo em casa! Assumi meu cabelo cacheado”, com a participação da youtuber Julia Doorman, vai ao ar em 22 de novembro de 2018, ou seja, quando o Reality está em produção como um projeto já consolidado. Embora possa parecer um vídeo mais trivial, marca o momento em que Nathalia assume seu “verdadeiro cabelo”.

Neste vídeo, Arcuri retoma⁹ o fato de que todos têm uma história de vida. Conta que sofreu *bullying* por causa dos cabelos: cacheados na infância e “sem definição” na adolescência, com a fase de transição de hormônios: “uma coisa seca, armada, me chamavam de piaçava...”. Foi então que aprendeu a fazer escova sozinha. Expressa, então, sua relação atual com os cabelos em alguns enunciados:

“Mas agora eu decidi que vou assumir o meu cabelo como ele é. Não por uma questão financeira, mas porque eu acho que eu tô numa fase de vida que foda-se.”

“Quando eu era repórter eu tinha que ter o cabelo liso, era obrigação. Virei dona do meu canal, tenho meus funcionários e continuei presa naquele cabelo.”

“Cara, esse cabelo é uma prisão. Eu levo tipo uma hora todo dia pra arrumar.”

(ARCURI, “Adeus cabelo liso...”, 22/11/2018)

Na constituição cenográfica, Nathalia está sentada ao lado de Julia. Inicia o vídeo com cabelos presos e, ao soltá-los e revelá-los sem escova, seu gesto – olhos fechados e mãos levantadas – simbolizam libertação. Ao assumir um novo visual, presumivelmente mais autêntico, é como se a enunciativa mostrasse que o seu *ethos* não está fechado, mas vem sendo construído ao longo de toda a sua caminhada. É nesse momento, com o seu Reality prestes a estreiar, que se apresenta como segura o bastante para assumir seus cabelos. Sua autoestima pessoal se intensifica com a realização de seu sonho profissional. A virada de ano 2018-2019 ocorre para Nathalia com penteado renovado, cenário novo em seu escritório, estreia do Reality e alcance de 3 milhões de inscritos no Canal Me Poupe!. Sua identidade (bem-sucedida) vincula-se à de seu canal, o que é expresso em seu *caráter* e *corporalidade*, concebidos discursivamente por meio de seus posicionamentos e atitudes, cujas marcas são verbais (os enunciados) e não-verbais, a exemplo das cores dos esmaltes em suas unhas, frequentemente em consonância com a identidade visual do Me Poupe!.

A autoestima do sujeito, segundo Birman (2012), pode ser recuperada pela conquista do lugar de fala. Mas não quaisquer falas alcançam legitimidade na sociedade contemporânea, apenas aquelas afinadas a discursos que se impõem como válidos na rede da interdiscursividade. Não quaisquer sofrimentos psíquicos são valorizados, embora todos eles sejam constitutivos de subjetividade. Quando a subjetividade emerge pela fala, transcende também pela aparência física.

Dos três vídeos analisados, pode-se depreender, conforme distinção mais recente de Maingueneau (2018, p. 322) a dimensão “categorial” do empreendedor; a dimensão “experiencial” do dinamismo e a dimensão “ideológica” da meritocracia. Dimensões entrelaçadas e norteadas pelo princípio de que o dispositivo de enunciação não é exterior ao enunciado, mas o constitui e, simultaneamente, é constituído por ele. Sobre o que se *diz* é o que se *constrói*, sem negar a vida.

⁹ Seja neste vídeo, no desabafo ou em outros, numa abordagem discursiva, trata-se sempre de retomada da memória da interdiscursividade. Composta pelo discurso, a memória “é sempre reconstruída na enunciação” (ACHARD, 1999, p. 17). [ACHARD, P. Memória e produção discursiva do sentido. In: ACHARD, P. e outros. *Papel da Memória*. Tradução de J. H. Nunes. Campinas (SP): Editora Pontes, 1999.]

CONCLUSÃO OU QUESTIONAMENTOS FINAIS

O *ethos* da educadora de pulso firme, guerreira e elaboradora de autoestima, bem representado pelos três vídeos analisados, sinaliza a emergência de uma subjetividade forte.

Se concordarmos com a psicanálise, um dos pilares da Análise do Discurso ao lado da Linguística e das teorias das ideologias, a construção de uma subjetividade plena passa pela “terapia de si” através da fala. É necessário driblar a sociedade depressiva descrita por Roudinesco (2000) – na qual os medicamentos substituíram a terapia do significado e fabricam “um novo homem, polido e sem humor, esgotado pela evitação de suas paixões, envergonhado por não ser conforme ao ideal que lhe é proposto” (ROUDINESCO, 2000, p. 21). O *ethos* discursivo de Nathalia Arcuri é o oposto disso: bem-humorado, enfrenta suas paixões e caminha na direção de seus propósitos. Para tanto, assume o sofrimento psíquico (não como patologia, mas como constitutivo da subjetividade, inclusive positivamente) e cura-se/fortalece-se pela busca de significação. É a significação de si que prevalece. Como um espelho, pode refletir e inspirar outras pessoas, a partir do *ethos* de si mesma, construindo-se e resignificando-se. O sentido de si transforma-se em causa (o propósito de ajudar outras pessoas), mas é a si que retoma todo o tempo. Ao expressar-se, realiza-se: “Não mais sentir vergonha de si mesmo é a realização da liberdade” (PEREC apud ROUDINESCO, p. 32).

A problemática que fica é a (im)possibilidade de que grande número de pessoas possa ir ao encontro pleno de sua subjetividade numa sociedade que busca a normalização. Como relata, a pessoa Nathalia teve seus sofrimentos, mas também teve condições de base, a partir das quais pôde desenvolver o sentimento íntimo de ser diferente (em relação a um suposto padrão financeiro compartilhado pela maioria das pessoas). Esse sentimento da superação de ser peculiar é legitimado pela conquista de um (e mais) milhão na conta bancária, mais de três milhões de seguidores, a realização do sonhado Reality. O momento é catártico, não é mais momento de driblar o que não está socialmente encaixado (escovar o cabelo), mas de assumir um eu ainda mais próximo do *self* (a imagem de si).

Há de se reconhecer os pré-construídos (os não ditos) em que se respalda a construção desse *ethos* discursivo (a imagem, não a pessoa, de quem não se quer tirar o mérito): o valor do empresário empreendedor que se faz por si mesmo em oposição a um Estado que ofereça oportunidades sociais mais equilibradas (sinal de uma crise do papel do Estado), a valorização de certos talentos em detrimento de outros: a visibilidade e extroversão como elementos do sucesso em uma sociedade caracterizada pela midiatização/celebrização de si. Enquanto certos modelos são socialmente valorizados (o empreendedor, o youtuber), outros ensaiam desaparecer (ou evaporar-se no não reconhecimento): a medicina, a engenharia, a pesquisa acadêmica... Seria o caso de refletir sobre a sociedade sem interesse por (e sem incentivo a) essas profissões. Os efeitos aparecerão, mas não em prazo tão curto quanto o da greve de caminhoneiros em 2018. Não há controle sobre todos os efeitos que os discursos produzem. Seria o caso de pensar sobre os efeitos de sentido provocados quando o fiador de um *ethos* admirado, ao

comemorar o número de inscritos em seu “vestibular para o curso da desfudência” em 2019, compara-o em relação ao de inscritos no Vestibular Fuvest, como fez Arcuri em seu canal e Instagram (São dados comparáveis? Educação financeira e formação universitária seriam conflitantes? A desassociação do “enriquecimento lícito” à educação formal pública contribui para desassociar dinheiro de valores negativos (corrupção, ganância)?). O discurso aí implicado vai ao encontro de uma visão de projeto educacional relacionada ao descrédito da educação pública.

O sucesso compreendido como relacionado ao dinheiro e ao reconhecimento público abre outras feridas coletivas, em contraponto ao valor intrínseco de cada ser humano. Se a “cura” passa pelo fortalecimento do eu, há de se considerar que o eu que se destaca é aquele coincidente com imagens socialmente prestigiadas conforme a época vigente. Um belo mote para uma “reflexão sobre as modalidades de inscrição da subjetividade no discurso, partindo do princípio que a subjetividade não é uma instância estável que seria independente dos posicionamentos e dos gêneros do discurso” (MAINGUENEAU, 2009, p. 67). Sem deixar de ser também uma reflexão sobre a emergência de um *ethos* subjetivamente forte (e feminino) e uma resposta à sociedade depressiva: chacoalhem-se (Chicoating).

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. (Org.) *Imagens de si no discurso – a construção do ethos*. Trad. de Dilson F. da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo, Editora Contexto, 2005.
- ARCURI, Nathalia. (em depoimento a Sibelle Pedral) *Me poupe! 10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso*. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.
- BIRMAN, Joel. *O sujeito na contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar. Duas formas de pensar*. Trad. de Cássio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. Trad. Freda Indursky. 3. ed. Campinas (SP): Pontes/Editora da Unicamp, [1987] 1997.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. Trad. de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2000.
- MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. Trad. de Sírio Possenti. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso – a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, pp. 69-92, 2005.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Discurso literário*. Trad. de Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Essais. Paris: Éditions du Seuil, 2009.

- MAINGUENEAU, Dominique. Retorno crítico à noção de ethos. Trad. de M. G. Corrêa di Fanti. *Revista Letras de Hoje*. PUCRS. V.53, n. 3, p. 321-330, jul. set. 2018.
- MORAES, Érika de. Paixão Pagu - O ethos em uma autobiografia. In: MOTTA, A.R. e SALGADO, L. *Ethos discursivo*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- MORAES, Érika de. Mona Lisa: sentidos múltiplos de um sorriso enigmático. *Revista DELTA*. Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada (PUCSP. Impresso), v. 29, p. 443 - 465. 2013.
- MOTTA, Ana Raquel e SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- PÊCHEUX, Michel. Análise automática do Discurso. In: GADET, F. & HAK, T. (Org.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 3 ed. Trad. de Eni P. Orlandi. Campinas: Editora da Unicamp, p. 61-161. [1969] 1990.
- PÊCHEUX, Michel. e FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do Discurso: atualização e perspectivas. Trad. de Péricles Cunha. 3 ed. In: GADET, F. & HAK, T. (Orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Ed. da Unicamp, p. 163-252. [1975] 1990.
- ROUDINESCO, Elisabeth. *Por que a psicanálise?* Trad. de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

Recebido: 03/04/2019
Aceito: 06/08/2019
Publicado: 06/08/2019