



A ARGUMENTAÇÃO EM “A QUEDA” DE GLORIA GROOVE E A CULTURA DO CANCELAMENTO

Carlos Eduardo do Vale Ortiz¹

Universidade Federal de Rondônia (UNIR)

Sorhaya Chediak²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)

RESUMO

O presente artigo propõe uma análise sobre a construção da argumentação e do *ethos* das personagens criadas pela “a queda”, bem como uma reflexão sobre a cultura do cancelamento. O objetivo é compreender de que maneira a argumentação é elaborada e como o *ethos* é apresentado ao considerar os aspectos discursivos, imagéticos e a musicalidade que caracterizam o gênero. Como recurso metodológico elegeu-se a pesquisa documental de abordagem qualitativa. Para responder às questões, apoiamos-nos na Teoria da Argumentação de Perelman e Olbrechts Tyteca (2014) e nos estudos de Amossy (2005, 2016) em relação à argumentação no discurso e à construção do *ethos*; em Maingueneau (1993, 2005, 2011, 2016), o conceito de cenografia. Os resultados apontam que o orador utiliza estratégias argumentativas baseadas na estrutura do real e de ligação e destaca a superação. Além disso, revela a pessoa e seus atos e a ligação simbólica, por meio do raciocínio por analogia e metáforas, e evidencia que a marionete, na verdade, é quem assiste ao espetáculo e os outros fazem besteiras.

Palavras-chave: Discurso. Argumentação. Cenário. *Ethos*.

ABSTRACT

This article proposes an analysis of the construction of the argumentation and the ethos of the characters created by “the fall”, as well as a reflection on the culture of cancellation. The objective is to understand how the argument is elaborated and how the ethos is presented when considering the discursive, imagery and musical aspects that characterize the genre. As a methodological resource, documentary research with a qualitative approach was chosen. To answer the questions, we rely on Perelman and Olbrechts Tyteca's Theory of Argumentation (2014) and on studies by Amossy (2005, 2016) in relation to argumentation in discourse and the construction of ethos; in Maingueneau (1993, 2005, 2011, 2016), the concept of scenography. The results point out that the speaker uses argumentative strategies based on the structure of the real and of connection and highlights the overcoming. In addition, it reveals the person and his actions and the symbolic connection, through reasoning by analogy and metaphors, and shows that the puppet, in fact, is the one who watches the show and the others do stupid things.

Keywords: Discourse. Argumentation. Scenario. Ethos.

INTRODUÇÃO

¹ É mestre pela UNIR e professor de língua portuguesa. E-mail: carloseduardodovaleortiz5@gmail.com

² É mestra em Letras pela Universidade Federal de Rondônia (UNIR) e doutoranda em Língua Portuguesa pela PUC/SP. chediaksorhaya@gmail.com



Notícias, reuniões, lazer, encontros amorosos, debates políticos, aulas e entre outras estão disponíveis e mais acessíveis com apenas um ‘deslizar’³ de dedos. Por meio desse gesto, temos acesso ao mais vasto conteúdo existente na internet. Percebe-se que essa multiplicidade de materiais, recursos e conteúdos são disponibilizados de forma mais acentuada quando o foco é a monetização⁴. Para que o lucro seja alcançado dentro de determinado espaço na internet, seja nas redes sociais, blogs, sites e afins, a imagem passou a ser determinante. Com isso, o cuidado com o que é exposto, para quem é exposto, para quem e o porquê precisa ser redobrado.

Dessa forma, tom de voz, gestos, roupas, cores e demais elementos começaram a ser pensados para causar impacto no público-alvo. Toda a atenção com a imagem que será apresentada pode ser observada em redes sociais, nos anúncios publicitários e no meio musical que musical ficou fortalecido com o advento da internet e das redes sociais. O *Instagram*, o *Facebook*, o *TikTok* e o próprio *WhatsApp* são moldados durante as suas atualizações para que vídeos curtos como os *stories*⁵ e *reels*⁶, possam por meio de danças, refrões de músicas, filtros e demais elementos, capturar a atenção do público, a fim de monetizar com esses recursos.

No entanto, além das redes sociais, outras plataformas, como o *YouTube*, destacam-se por disponibilizar videoclipes mais elaborados, extensos e múltiplos quanto ao estilo de música e proposta de cada artista. Nesse sentido, Valdellós (2007) afirma que o videoclipe é um gênero audiovisual que apresenta características variadas e específicas que propaga uma orientação recente de inserção de um vasto número de meios e “estratégias multissemióticos – ainda pouco explorados pela Linguística –, tendo por finalidade captar e manter a atenção do espectador” (VALDELLÓS, 2007, p.498).

A partir disso, propomos para este estudo uma análise sobre a construção da argumentação no videoclipe “a queda”, de Gloria Groove, bem como uma reflexão sobre a cultura do cancelamento, com o objetivo de compreender de que maneira a argumentação é elaborada e como o *ethos* é apresentado ao considerar os aspectos discursivos, imagéticos e a musicalidade que caracterizam o gênero videoclipe e como acontece a cultura do cancelamento. Schneider (2015) menciona que, em tempos mais remotos, a arte devia ser expressa conforme um conjunto de regras que eram determinadas pelos seus governantes. No entanto, na contemporaneidade as redes sociais possibilitam maior liberdade, o que permite aos artistas, dos mais variados gêneros, divulgarem suas letras e atuações com mensagens distintas e, algumas vezes, polêmicas.

De acordo com Amossy (2005, p.9), “[...] a apresentação de si não se limita a uma técnica apreendida, a um artifício: ela se efetua, frequentemente, à revelia dos parceiros, nas trocas verbais mais corriqueiras e mais pessoais.” Partindo disso, somos levados ao seguinte questionamento: Partindo disso, somos levados ao seguinte questionamento: Como a argumentação e o *ethos* é construído no videoclipe “a queda”, de Gloria Groove, considerando os aspectos discursivos, imagéticos e a musicalidade que caracterizam o gênero? Como ocorre a cultura do cancelamento?

Assim, empregamos os estudos teóricos sobre argumentação de Perelman e Olbrechts Tyteca (2014) para analisar as técnicas argumentativas usadas no discurso musical.

Como caminho metodológico optamos por uma pesquisa de abordagem qualitativa, realizada com base no método descritivo, documental e interpretativo, procurando entender como

³Alusão a tecnologia *Touch Screen*.

⁴Tornar rentável e lucrativo qualquer bem ou serviço.

⁵ Recurso que tem como objetivo melhorar a interação entre os usuários.

⁶ Formato de vídeos curtos que podem combinar áudio, imagens, textos e efeitos visuais.



a argumentação é construída e como o *ethos* é projetado e de que maneira ocorre a cultura do cancelamento, com base na pesquisa bibliográfica.

Consideramos os conceitos sobre a construção do *ethos* utilizados por Amossy (2005) e os de Maingueneau (1993, 2005, 2011, 2016) em relação à concepção de cenografia. Como resultado, nossas análises apontaram que o orador empregou estratégias argumentativas baseadas na estrutura do real e de ligação e destacou a superação. Além disso, mostrou a pessoa e seus atos e a ligação simbólica, por meio do raciocínio por analogia e metáforas, e evidenciou que a marionete, na verdade, é quem assiste ao espetáculo e os outros fazem besteiras.

Inicialmente, apresentamos o conceito de argumentação e as técnicas argumentativas empregadas no gênero musical seguida de análises. A partir disso, abordamos as noções de *ethos* e cenografia e de que maneira acontece a cultura do cancelamento com base no texto musical. Nas considerações finais fazemos algumas traçamos algumas reflexões sobre a argumentação em “A queda” de Gloria Groove e a cultura do cancelamento.

1 A ARGUMENTAÇÃO EM “A QUEDA”

Os argumentos são ações lógicas discursivas e mentais, em que a cognição utiliza um ou mais para que sejam capazes de orientar as respostas verdadeiras, falsas ou improváveis. São adequados, conforme a situação, e podem ser compreendidos com base em oposição com outra totalidade: a demonstração.

[...] a argumentação distingue da demonstração por cinco características essenciais: 1) dirige-se a um auditório; 2) expressa-se em linguagem natural; 3) suas premissas são verossímeis; 4) sua progressão depende do orador; 5) suas conclusões são sempre contestáveis. (REBOUL, 2004, p.92)

Aplicar a razão para chegar ao acordo sobre determinado assunto, confirma o “verossímil”, o “plausível” e o “provável” e atribui esses termos como meios de provas, para atingir a adesão do auditório e afastar a violência, mesmo que simbólica, da ação argumentativa. Desse modo, a efetividade está associada a forma lógica, ou seja, a maneira como as premissas se relacionam com a conclusão, em uma produção que permite repetir aquilo que já foi afirmado. Ao expor a respeito do ato de argumentar é viável referir que quem argumenta tem objetivo de revelar algo ou ainda, persuadir alguém para alguma coisa. As técnicas argumentativas, de acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2020), manifestadas em um discurso ou texto escrito, podem desencadear a adesão do auditório ao orador mediante os argumentos apresentados.

[...] é possível, ademais, que esses esquemas atuem sem ser claramente percebidos e que apenas um trabalho de explicitação, raramente efetuado, permita ao orador e, mormente, aos seus ouvintes ficarem conscientes dos esquemas intelectuais que utilizam[...]. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2020, p.214)

As técnicas argumentativas propostas por esses estudiosos mostram as principais características de cada uma delas. Para obter a adesão do auditório, o discurso do orador precisa construir argumentos lógicos, ocasião em que demonstra a organização das ideias por meio das técnicas argumentativas. Dentre as técnicas vistas no videoclipe “A queda”, é possível reconhecer os argumentos baseados na estrutura do real de ligação de sucessão e de coexistência, as ligações que fundamentam a estrutura do real, fundamento pelo caso particular e o raciocínio por analogia e a dissociação das noções. A partir do quadro 1, apresentamos e discutimos esses tipos de argumentos.



Quadro 1- Argumentos em “A queda”

| Argumentos baseados na estrutura do real | As ligações que fundamentam a estrutura do real | As dissociações das noções |
|---|---|---|
| <p>São aquelas elaboradas a partir do que o auditório considera como real. Dividem-se em: ligação de sucessão e ligação de coexistência.</p> <p>a) Ligação de sucessão: -os fins e o meio ; -argumentos da superação.</p> <p>b) Ligação de Coexistência: -a pessoa e seus atos; -interação entre ato e pessoa; - ligação simbólica.</p> | <p>a) O fundamento pelo caso particular [...] pode desempenhar papéis muito variados [...] (PERELMAN E TYTECA, 2014, p.399).</p> <p>Destaca-se no videoclipe: -argumentação pelo exemplo; - a Ilustração.</p> <p>b) o raciocínio por analogia: [...] seu valor argumentativo será posto em evidência com maior clareza se encararmos a analogia como similitude de estruturas [...] (PERELMAN E TYTECA, 2014, p.424)</p> <p>Destaca-se no videoclipe a) raciocínio por analogia e b) metáfora</p> | <p>No argumento de dissociação, há sempre um par estruturador, que são dois polos que orientam a tarefa de separação.</p> <p>Dessa forma, "símbolo/coisa", a aparência é o termo I, enquanto a realidade constitui-se no termo II.</p> <p>O símbolo reflete a consistência, a verdade, a substância, a essência profunda de todas as coisas.</p> <p>Ao passo que a coisa reflete a ideia de imperfeição, conceito incompleto, visão parcial e superficial das coisas.</p> <p><u>Símbolo</u> coisa</p> |

Fonte: elaborado pelos autores a partir da leitura de Perelman e Tyteca (2014)

Conforme Mateus (2018), os argumentos fundamentados na estrutura do real são aqueles que não se apoiam em acontecimentos reais, mas criam o real atendendo a apresentação de acontecimentos não vistos antes. Já os de dissociação das noções, em conformidade com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2020), validam a recomposição em torno de dados conceituais utilizados como fundamentos para a argumentação.

Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2020), os argumentos baseados na estrutura do real sustentam o desenvolvimento da argumentação, ou seja, não precisa ser uma descrição objetiva do real, “[...] mas a maneira pela qual se apresentam as opiniões a ele concernentes; podendo estas, aliás, serem tratadas, quer como fatos, quer como verdade, quer como presunções” (PERELMAN; TYTECA, 2020, p.297).

Assim, os argumentos baseados na estrutura do real destacam-se no videoclipe e são divididos em ligação de sucessão e de coexistência, esse último se desdobra em: a pessoa e seus atos, interação entre atos e pessoas, e ligação simbólica. A interação entre ato e pessoa desenvolve o valor atribuído a cada pessoa.



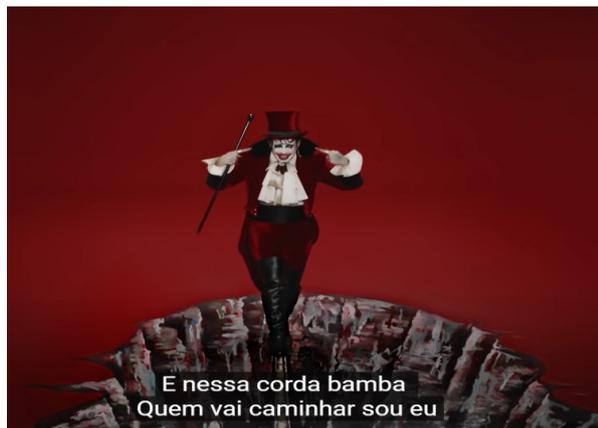
Se por acaso um ato acarreta uma transferência de valor, essa é correlativa a um remanejamento de nossa concepção da pessoa, à qual atribuímos, de um modo explícito ou implícito, certas tendências, aptidões, instintos ou sentimentos novos” (PERELMAN E TYTECA, 2020, p. 339).

No videoclipe é possível notar os valores atribuídos a cada personagem graças a interação entre atos e pessoas.

Figura 1- Chamada para o show



Figura 2- O apresentador na corda



Videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

O apresentador circense convida o público para o show que acontecerá em breve. O fundo vermelho contrasta com as cores escuras que ilustram o abismo em que ele está conversando com o seu auditório e, ao mesmo tempo, tenta equilibrar na corda e convidar o auditório “[...] respeitável público, um show tão maluco, essa noite, vai acontecer aqui, a gente vai armar um circo, um drama com perigo, e nessa corda bamba, quem vai caminhar sou eu [...]”.

Nesse contexto, o esforço para atingir os fins, muitas vezes o próprio objetivo da luta se modifica, os fins se transformam em meios e esses por sua vez em fins, como um jogo de interações dialéticas que parece não terminar, “[...] é útil mostrar que, se até agora não se obteve sucesso, é que se haviam ignorado os bons meios, ou o que se havia descurado de servir-se deles.” (PERELMAN E TYTECA, 2014, p.312).

Em sequência, observamos o argumento da superação, em que a cantora menciona: “[...] podem tentar, mas não vão me pegar”, esse argumento demonstra ser possível ir mais longe na direção almejada, visto que não há limites para o objetivo desejado e, uma vez alcançado, podem ser substituídos por outros. Essa técnica recorre a força de vontade sem limite que é empregada para modificar “[...] os argumentos contra e pró, para mostrar que o que até então era considerado um obstáculo é, na realidade, um meio para chegar a um estágio superior.” (PERELMAN E TYTECA, 2014, p. 329).

Figura 3- A superação da “queda”.

Figura 4- A vida.



Podem tentar mas não vão me pegar



Curiosidade matou o gatinho
Mas essa gatona tá viva demais

Fonte: recorte do videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

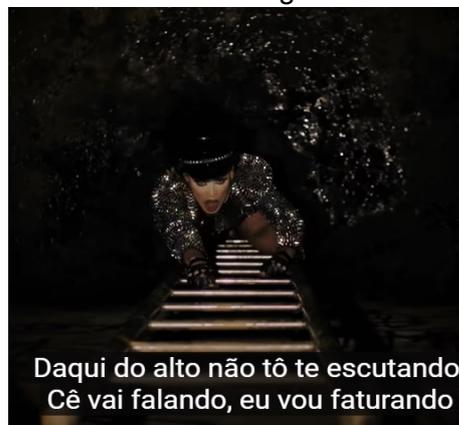
Na argumentação de ligação de coexistência os elementos podem se colocar simultaneamente, ou seja, não há ideia de ordenação temporal. O essencial nessa técnica é a pessoa e a parte secundária, os atos, que são observados como origens da pessoa, atributos que explicam e a caracterizam. A palavra "atos" contém tudo o que procede de uma pessoa, ou seja, sua forma de agir, expressar, atitudes e gestos. Essa técnica qualifica a pessoa a partir de seus atos, ou ainda, um ato com base no que a pessoa pratica.

Figura 5- O velório- “a queda”



Extra! Extra!
Não fique de fora dessa

Figura 6- A ascensão



Daqui do alto não tô te escutando
Cê vai falando, eu vou faturando

Fonte: recorte do videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

O símbolo diferencia o signo, pois tem uma validade normatizada que indica para o significado um plano indexical e aponta o significado, já o símbolo retrata o simbolizado. Nesse contexto, representar é mais significativo, visto que há a magia do circo, símbolo que no imaginário social representa diversão e encantamento. Dessa forma, estabelece um elemento abstrato ou concreto da realidade usando essa ligação por uma conexão mística, de magia, de fluido e encantamento. Ao mesmo tempo, significa que duas realidades se relacionam e que uma serve de explicação para a outra.

Observa-se que na argumentação, pelo exemplo, o caso particular como matéria prima no sentido de elaborar uma regra abrangente. Com base no caso concreto, que é o espetáculo, é



proclamado o acontecimento como indicador de diversão. Já a ilustração, não objetiva demonstrar nada. Enquanto a ilustração refere-se ao caso concreto para fortalecer a convicção de todos, atestar a sua aceitação explica e detalha alguma particularidade não explicitada. Assim, o exemplo serve de prova ao passo que a ilustração é somente uma testemunha.

Figura 7- Polissemia em “faixa”

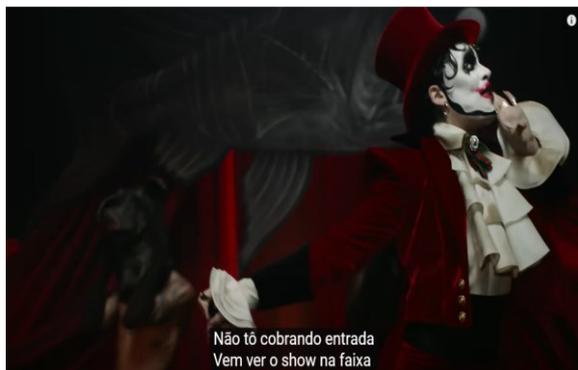


Figura 8- Extra:extrapolação/extraordinário



Fonte: recorte do videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

A analogia é o espetáculo “a queda”, “um show tão maluco”, “a gente vai armar um circo, um drama com perigo” que está associado ao circo. O espetáculo faz analogia com o circo, e é possível observar que os dois são harmônicos quando um é o contradomínio do outro, no momento em que possuem em comum a qualidade de serem contrários um do outro. Tendo em vista que, no circo, o espetáculo não é para ver “desgraça”.

Imagem 9- A marionete



Imagem 10- Pierrot = Alerquim



Fonte: recorte do videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

A metáfora recria o jogo simbólico da técnica argumentativa, “respeitável público”, tem a função de chamar a atenção do auditório e ao mesmo tempo exerce o papel de mediação entre o espetáculo e o “show tão maluco”. Embora fundamente-se em metáforas, em imagens de “queda” e “marionete”, o argumento é um recurso linguístico que produz a ressemantização das palavras e



expressões como: “armar um circo, corda bamba, show na faixa, extra-extra, melhor do que a subida só mesmo assistir a queda.”

Perelman e Tyteca (2014), entende a metáfora como analogia condensada, ou seja, uma maneira de mostrá-la. Assim, podemos observar “a queda” como metáfora e a marionete como a manipulação. A fantasia da marionete lembra o “Pierrot” com roupa branca com detalhes em preto no entanto, não há no rosto a pintura triste e a roupa se destaca por lembrar a de Arlequim que tinha formas losangulares, porém coloridas.

Figura: 11 - O marionetista

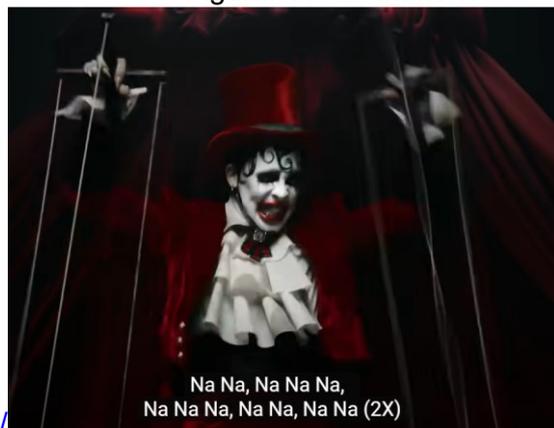
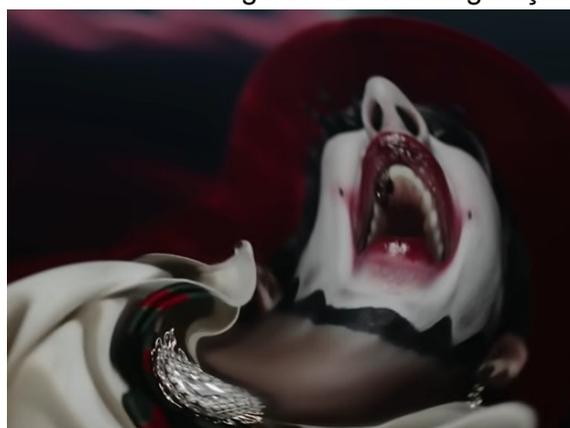


Figura: 12 - Transfiguração



Fonte: recorte do videoclipe “A queda” de Gloria Groove (2023)

É possível observar também a referenciação ao auditório. O discurso é proferido para um público “x” e essa orientação discursiva evidencia o conhecimento do orador sobre o perfil dos seus ouvintes, que poderão ser adeptos, ou não, ao enunciado. Na imagem 1 e 2, há a ilustração do início da canção que anuncia um fenômeno: “Respeitável público, um show tão maluco, essa noite, vai acontecer aqui, a gente vai armar um circo, um drama com perigo, e nessa corda bamba, quem vai caminhar sou eu [...]”. Já na imagem 5, percebemos o reforço do convite para que o auditório (ouvintes) possa interagir com a apresentação: “Extra! Extra! Não fique de fora dessa [...]” e na imagem 7 verifica-se a sentença: “[...] Não tô cobrando entrada, vem ver o show na faixa, hoje tem *open bar* pra ver minha desgraça[...]”.

Ao refletirmos sobre essas declarações, consideramos a óptica de Tadeu (2001) em relação ao endereçamento. Essa percepção está pautada na premissa de que o discurso presente, em um material audiovisual, terá um recebimento efetivo por parte do auditório/público, se o espectador conseguir construir uma relação de proximidade/experiência com a mensagem. Com advento da *internet*, um número incontável de pessoas ganhou palco para expor seus posicionamentos e uma plateia para validá-los ou não. Com isso, tivemos o refinamento das noções do que era bom, atrativo, interessante, digno de atenção de um grande auditório. Temos então a gênese do que é conhecido como cancelamento.

A cultura do cancelamento apresenta características marcantes. Chiari (2020) menciona a tirania discursiva em que o enunciador se coloca como superior, o ego de se achar um ser moralmente íntegro, a capacidade de segregar uma pessoa de determinado espaço o emprego da hostilidade e do ódio contra alguém, além de propagar julgamentos infundados que são aceitos, sem verificação prévia das informações. Conforme Silva (2021), há uma falácia existente no



imaginário social de que o cancelamento acontece para que haja correção do que foi dito ou feito de forma inadequada, levando em consideração o tempo e o espaço em questão.

Portanto, com os avanços das redes sociais, a internet virou uma espécie de tribunal, do qual não existem normas e nem princípios pré-estabelecidos, ou seja, não há padrão e nem sequer processo nos “julgamentos” proferidos, sendo assim, produz-se injustiça em larga escala. O chamado “cancelamento” nada mais é do que um ato desrespeitoso para com as leis, a Constituição e o convívio social democrático. (CHIARI, 2020, p.6)

Assim, a ideia moralizante que esse evento apresenta para a sociedade, alimenta outros indícios no imaginário comunitário, ao mesmo tempo fortalece e legitima ações opressoras contra um grupo, uma fala, uma ação ou outros fatores afins que não tenham sido proveitosos para uma parcela com mais visibilidade. Dessa maneira, fomenta o cancelamento. Ao convidar o público para o grande espetáculo, como vimos nos recortes das imagens 1, 2, 5 e 7, o orador tem ciência, por meio da noção do endereçamento, que o auditório comprará a mensagem de “desgraça e queda”. Afinal, esses têm sido os valores que permeiam o conjunto de crenças e que despertam interesse quando o assunto é o “Outro”.

No próximo tópico, trataremos sobre o conceito de *ethos* e como ele é construído a partir dos aspectos discursivos, imagéticos e de musicalidade e de que maneira ocorre a cultura do cancelamento.

2 EXTRA! EXTRA! NÃO FIQUE DE FORA DESSA...”: NOÇÕES SOBRE ETHOS E CENOGRAFIA

O *ethos* retórico é constituído por um conjunto de valores, que podem ou não estar vinculados com a verdade. Segundo Barthes (1970) quando o orador elucida um assunto ele manifesta quem é e o que não é, já que “[...] seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, [...] efetua em seu discurso uma apresentação de si” (AMOSSY, 2005, p. 9). Dessa forma, não há a necessidade do orador pontuar quem ele é, o que faz, o que acredita, visto que seu discurso revela isso.

De acordo com Maingueneau (1993) a ideia de *ethos* significa compreender a disciplina do corpo por intermédio do comportamento global. O caráter e a corporalidade do fiador derivam de um conjunto disperso de representações sociais valiosas ou desvalorizadas que fundamentam as declarações e que, por sua vez, podem confirmá-las ou modificá-las. Esses estereótipos culturais são propagados nos mais diversos campos: literatura, fotografias, filmes, propagandas. O orador precisa conquistar o auditório e garantir a adesão mediante o discurso. Da mesma maneira, um videoclipe precisa comprovar que sua mensagem seja aceita pelo público. Por isso, ao considerar o corpus do trabalho, precisamos conceituar a cenografia.

De acordo com Maingueneau (1993, p.127) “[...] a cena de enunciação de um gênero de discurso não é um bloco compacto. Ela faz interagir três cenas: a cena englobante, genérica e a cenografia.” Para conceituar esses recortes, recorreremos ao conceito de Baronas (2014) que menciona que a cena englobante corresponde ao tipo do discurso religioso, político. Já a cena genérica, está vinculada literalmente ao gênero em que se pode verificar o discurso como panfleto, notícia, carta e outros e a cenografia efetiva um enunciado que, por outro lado, precisa validá-la, tem que instituir que essa cenografia “[...] de onde vem o discurso é precisamente a cenografia necessária para enunciar como convém neste ou naquele gênero de discurso [...]” (BARONAS, 2014, p.10).



Em conformidade com os conceitos de cenas de enunciação, compreendemos que alguns gêneros contemplam apenas a cena englobante ou a cena genérica.⁷ “E outros gêneros, porém, é o recurso a determinada cenografia que valida progressivamente a enunciação, construindo um dispositivo de fala que possibilite, ou busque possibilitar, maior adesão junto ao enunciatário” (KHALIL, 2022, p.15).

Para Maingueneau (2011), a cenografia é essencialmente a enunciação que, ao se desenvolver, está lutando para estabelecer constantemente o dispositivo de fala. Dentro da análise, desse videoclipe, temos uma cenografia mais heterogênea. A partir do quadro 2, discutimos o conceito de cenografia e apontamos seus elementos.

Quadro 2- Cenografia e seus elementos

| Cenografia | Elementos da cenografia |
|---|--|
| [...] ela não é imposta pelo gênero, ela é construída pelo próprio texto. (MAINGUENEAU, 2016, p.75) | circo, <i>cabaretier</i> que anuncia o espetáculo e faz também o equilibrista na corda bamba, marionetista, máscaras, picadeiro, |

Fonte: elaborado pelos autores a partir da leitura de Maingueneau (2016).

A cenografia do videoclipe é confirmada pela própria enunciação e por interferência dos elementos apresentados reforçam a ideia de um “show dos horrores”. Ao convidar o auditório (ouvintes/telespectadores) para participarem do evento reforça a ideia de que todos podem fazer parte do fenômeno, como apresentadores ou como plateia. Em sequência, no quadro 3, abordamos como o *ethos* é apresentado.

Quadro 3- *Ethos* na cultura do cancelamento

| Campo lexical e semântico | <i>Ethos</i> do apresentador | <i>Ethos</i> da noiva cadáver | <i>Ethos</i> da mulher no esgoto | <i>Ethos</i> do Pierrot |
|---------------------------|--|---|--|--|
| | - <i>Cabaretier</i> anuncia que vai armar um circo, um drama com perigo, não vai cobrar entrada e que o show é na faixa. - O equilibrista e marionetista: “ <i>Extra, extra, não fique de fora dessa garanta seu ingresso <u>pra me ver fazendo merda.</u></i> ” | - Sai de um caixão que indica um funeral. “ <i>Extra, extra, não fique de fora dessa garanta seu ingresso <u>pra me ver fazendo merda.</u></i> ” | -Anuncia que terror nenhum irá pegar e que com o poder derrubou um por um. “ <i>Tô dominando o Brasil</i> ” Demonstra superação. | -Personagem atacado por outros seres fantasiados e sendo amarrado por eles e controlado pelo apresentador. “ <i>Extra, extra, não fico de fora dessa, já tenho o meu ingresso <u>pra te ver fazendo merda</u></i> ” |

Fonte: os autores (2023).

⁷ Conforme Maingueneau (1993, p.120) “é o pesquisador, em função de seus objetivos, que é levado a decidir em que nível vai situar a cena englobante pertinente”.



Concordamos com Domènech, Tirado e Gómez (2001, p. 113) que o orador constrói um *ethos* “[...] de subjetividade distribuída, socialmente construída, dialógica, descentrada, múltipla, nômade, situada, de subjetividade inscrita na superfície do corpo, produzida pela linguagem.” O *ethos* do apresentador se impõe e atua de maneira persuasiva e estabelece acordo com o auditório que é convocado para assistir ao show e não ficar de fora. Assim, o auditório fica em uma posição de assembleia para verificar se é um show agradável ou não, e ao mesmo tempo descobrir por meio de uma avaliação racional aquilo que é mencionado como “show tão maluco”. A cenografia que contribui com a constituição do *ethos* da noiva é rica em detalhes e evidenciam aspectos distintos quanto ao enunciado. Por exemplo, a presença dela dentro de um caixão, reforça a afirmação do apresentador em relação ao show: “[...] um drama com perigo [...]”. As cores da maquiagem usadas por ela, assim como os seus acessórios - véu e um buquê - revelam que a morte é algo possível dentro da cena de enunciação, seja ela metafórica ou literal, expondo o poder do cancelamento na vida de todos os agentes desse fenômeno.

Em relação à construção do *ethos* da mulher no esgoto, temos uma cenografia que ilustra uma outra faceta. “[...] Daqui do alto não 'tô te escutando/ 'Cê vai falando, eu vou faturando/ Sei que 'cê gosta de ouvir os aplausos/ Mas gosta muito mais de me ver sangrando, oh/ A carapuça serviu, cadê você ninguém viu, hã/ 'Tô dominando o Brasil, hã [...]”. Podemos observar o discurso do que seria uma pessoa que foi cancelada, mas que ‘sobrevive’ aos ataques e/ou acusações. Conforme Guimarães (2020), as consequências do cancelamento para as pessoas, sejam elas públicas ou não, geram perdas que vão desde questões econômicas até problemas psicossomáticos. Logo, a reação possível do cancelado pode ser uma postura ativa/agressiva diante aos ataques sofridos, ou passiva, por estar sofrendo psicologicamente. Nesse mesmo sentido, o “Pierrot” tem seu *ethos* construído por meio de uma cenografia que aponta que há pessoas que são interpoladas discursivamente e reverberam mensagens, sendo comum não verificar a veracidade das informações, fazendo assim com que esses apontamentos sejam naturalizados sem uma devida fundamentação. Assim, em problemas socioculturais como o cancelamento, é comum haver estereótipos circulando sobre coisas e pessoas que agiram de forma errônea, de acordo com a concepção ética e moral de um determinado grupo, e isso intensifica os problemas sociopolíticos, socioeconômicos e psicológicos sobre o sujeito cancelado.

Podemos observar a sentença do quadro 3, que mostra a fala da personagem Pierrot: “[...] Extra! Extra!/ Não fico de fora dessa/ Já tenho o meu ingresso **pra te ver fazendo merda**[...]”. O discurso dele é influenciado pelas enunciações feitas anteriormente pelo apresentador e pela noiva que convidaram várias vezes o auditório para participar de um show dizendo: “[...] Extra! Extra!/ Não fique de fora dessa/ Garanta seu ingresso **pra me ver fazendo merda**[...]”. Ao compararmos os enunciados das três personagens podemos perceber a atuação da reverberação.

Bosi (2010, p. 14) nos ensina que “[...] os períodos de crise cultural engendraram a suspeita de que pode não ser verdadeiro ou justo o sistema de valores que “toda gente” admite sem maiores dúvidas”. Com as redes sociais, temos o compartilhamento massivo de informações e isso faz com que os sujeitos sejam bombardeados com o excesso de dados. A facilidade que existe para compartilhar essas informações acabam afrouxando e, até mesmo, desconsiderando a análise para verificação e validação dos dados. Nesse sentido, Foucault (1996, p. 20) assevera que “[...] o discurso verdadeiro não é mais, com efeito, desde os gregos, aquele que responde ao desejo ou aquele que exerce o poder”. Dessa maneira, durante as interações sociodiscursivas, as informações que são válidas e verdadeiras para os interlocutores serão absorvidas e compartilhadas, mas não serão



averiguadas. Afinal, a legitimidade do discurso está pautada na familiaridade da mensagem com a realidade do indivíduo e isso o faz tomar a enunciação como sua verdade e reproduzi-la como tal, mesmo quando não é.

Partindo dessa premissa, percebe-se a volatilidade do discurso, ou melhor, fluidez, pois este se adapta a diferentes tipos de canais, para difundir a ideologia mascarada direcionada aqueles que compactuam da mesma linha estrutural de escala ideológica, onde os indivíduos não irão confrontar a veracidade informativa, até mesmo provocada pela instantaneidade dos canais que circulam as notícias, sendo mais fácil continuar compartilhando, mesmo sem pensar no efeito que pode ser desencadeado. (BARROS, 2020, p. 7)

O *ethos* de “Pierrot” é a representação dos sujeitos que acatam discursos distorcidos e os reproduzem sem a devida verificação dos dados. Também é o espelho do quão poderoso podem ser as palavras de ódio, proferidas pelos agentes do cancelamento. A repetição de informações infundadas, legitima um ódio irracional e o cristaliza, como uma verdade incontestável, amenizando o poder de criticidade e racionalidade do sujeito. Com isso, a cólera coletiva passa a ser comum dentro de uma comunidade fluida com sujeitos reverberando ideias, emoções, estereótipos que, na maioria das vezes, são instituídos pelas redes sociais e meios de comunicação.

CONCLUSÃO

O *ethos* e a posição social do *cabaretier*, que anuncia o espetáculo de horrores, impõem sua presença ao convidar o auditório. A atenção é voltada para o *ethos* do apresentador equilibrista, que também é marionetista. Ele relaciona ao ser “X” o poder, visto que tem o controle do espetáculo e apresenta o argumento pautado pelo exemplo, ilustração, superação, ligação simbólica. Isso pode ser visto nas expressões “[...]e venha ver os deslizos que eu vou cometer [...] a gente vai armar um circo” que denota também confusão.

Ao selecionar os argumentos, o orador expõe o porquê do espetáculo de horrores e organiza o discurso ilustrando com imagens que sobrepõem o apresentador e a noiva cadáver, mas também com duas que se complementam como o apresentador, que é equilibrista e marionetista, e do “Pierrot” que é o fantoche. No entanto, os acontecimentos demonstram que, ao final do espetáculo, o auditório é envolvido pela superação da mulher no esgoto e também pelo fantoche que altera a expressão “[...] garanta seu ingresso pra me ver fazendo merda” para “já tenho meu ingresso pra te ver fazendo merda”.

Esse recorte exemplifica processos sociodiscursivos que anulam pessoas por meio da argumentação. As expressões linguísticas: “corda bamba”, “show de horrores”, “armar um circo”, “vem ver o show na faixa”, “podem tentar mas não vão me pegar”, “terror nenhum” fazem parte da argumentação como um jogo de linguagem. Porque algumas palavras ganham valores polissêmicos como “estar na corda bamba”, “show na faixa”, “aqui a gente vai armar um circo, um drama com perigo”.

Assim, o auditório (público) pode assumir aquilo que achar mais conveniente ou ainda não dar credibilidade ao que é apresentado. Ao mesmo tempo, a mulher no esgoto deslegitima o “show de horror”, ao afirmar que “[...] podem tentar, mas não vão me pegar, terror nenhum”, “com meu poder derrubei um por um”, “vivem fazendo de tudo pra te atingir”, “Daqui do alto não 'tô te escutando”, “Cê vai falando, eu vou faturando”.

A consistência dos argumentos consolida a força da superação tanto da mulher no esgoto, como do “Pierrot” que acaba por ser o auditório do acontecimento. Dessa maneira, o boicote para



cancelar a mulher do esgoto e, até mesmo o Pierrot, não acontece de maneira total, uma vez que ela supera, porque já “[...] conquistou o Brasil e derrubou um por um”, e ele, mesmo sendo fantoche na mão do apresentador, desconstrói a tradição de ser manipulado, visto que também afirma “[...] Já tenho o meu ingresso pra te ver fazendo merda”. Observa-se, desse modo, que as expressões “pra te fazer” e “pra me fazer” comportam múltiplos campos de significação e indicam diferentes significados.

Por meio do discurso, podemos criar realidades, nomear coisas, garantir a paz e salvar vidas. Mas, também é possível destruir toda uma sociedade com algumas poucas palavras, principalmente com a fluidez da internet. Em um espaço em que as redes sociais determinam o que é certo, bom e adequado, com base nas vontades e desejos de uma pequena parcela da comunidade, com maior visibilidade e poder econômico, presenciamos a ascensão ou, na maioria das vezes, a queda de muitos sujeitos que foram segregados em virtude de algum comportamento ou falas definidas como errôneas. Essa dinâmica em que a estrutura social está organizada, nos ajuda a compreender que a essência de Narciso está em voga quando o assunto gira em torno dos likes e da exposição entre postagens e filtros. Afinal, *“Narciso acha feio aquilo que não é espelho”*.

Tudo o que não está em sintonia com o que alguns grupos sociais determinam, acaba por ser silenciado, sob a prerrogativa de que o cancelamento vai ensinar esse sujeito a ser melhor. Contudo, o que vemos é um reflexo distorcido da intenção que é apresentada. Prejuízos financeiros, perseguição pessoal e profissional e problemas psicológicos são apenas alguns dos resultados do cancelamento.

A música “A queda”, de Glória Groove, não evidencia apenas o circo de horrores que é o cancelamento, ela também mostra como nosso senso de humanidade, solidariedade, compaixão, tolerância está em queda quando nos defrontamos com as diferenças e com os deslizes daqueles que estão ao nosso redor. A necessidade de repensarmos a forma de ensinar as pessoas, sem julgá-las, urge em nossa sociedade, o julgamento abre portas para a efetivação da condenação. Talvez, a possível solução de parte desse problema esteja no ideal que o psiquiatra e psicoterapeuta suíço, Carl Gustav Jung (1942, p.84) eternizou: “Conheça todas as teorias, domine todas as técnicas, mas, ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma humana.”

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Da noção retórica de ethos à análise do discurso**. Imagens de si no discurso: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, p. 9-28, 2005.
- A QUEDA. [S.l.]: Sb Music, 2021. P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BpxrvcYDnf4>. Acesso em: 05 dez. 2022.
- BARTHES, Roland. **L’ancienne rhétorique. Aide-mémoire**. In: Communications, n. 16, 1970
- BARROS, Maria de Fátima dos Santos. **Os efeitos discursivos presentes em fake news: a manipulação de informações sobre a covid-19**. Anais do COGITE-Colóquio sobre Gêneros & Textos, 2020.
- BARONAS, Roberto Leiser; COX, Maria Inês Pagliarini. **Discurso, argumentação e cenografia em "iconotextos"**. Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso, v. 9, p. 4-18, 2014.
- BOSI, Alfredo. **Ideologia e contraideologia: temas e variações** / Alfredo Bosi. — São Paulo : Companhia das Letras, 2010.
- CHIARI, Breno da Silva et al. **A cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças**. ETIC-Encontro de Iniciação Científica -ISSN 21-76-8498, v. 16, n. 16, 2020.



- DOMÈNECH, Miguel; TIRADO, Francisco; GÓMEZ, Lúcia. **A dobra: psicologia e subjetivação**. in: *Nunca Fomos humanos nos rastros do sujeito*. Tradução e organização SILVA, Tomaz Tadeu da. Autêntica: Belo Horizonte, 2001.
- FOUCALT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.
- GUIMARÃES, Patricia Specimille; BARBOSA, Otavio Luis. **A Internet nunca esquece: Consequências da " Cultura do Cancelamento" no debate público**. Revista Pet Economia UFES, v. 1, n. 2, p. 13-17, 2020.
- JUNG, Carl Gustav. **Analytical Psychology and Education” in Collected Works (CW)**, vol. 17: The Development of Personality, 1942.
- KHALIL, L. M. G. **Ethos de empreendedor e cenografia de coaching em uma peça publicitária**. Signótica, Goiânia, v. 34, 2022. DOI: 10.5216/sig.v34.70062. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/sig/article/view/70062>. Acesso em: 24 set. 2022.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**.(trad. Sírio Possenti) Curitiba. Criar Edições, 2005.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Le Contexte de l’oeuvre littéraire. Énonciation, écrivain, société**. Paris: Dunod, 1993.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos da comunicação**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.) **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2016.
- PERELMAN, Chaim; TYTECA, Lucie Olbrechts. **Tratado da Argumentação**. tradução Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão; revisão da tradução Eduardo Brandão.3ªed. São Paulo. Editora: Martins Fontes, 2014.
- SCHNEIDER, Paulo Gilberto Pereira. **Arte polêmica**. 2015.
- SEDEÑO VALDELLÓS, A.M. 2007. **El videoclip como mecanarrativa**. Signa, n. 16, 2007, p. 493-504.
- SILVA, Alessandro Ferreira da. **Cultura do cancelamento: cancelar para mudar?** Eis a questão. Revista Argentina de Investigación Narrativa, v. 1, n. 1, p. 93-107, 2021.
- TADEU, Tomaz. **Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito**. Organização e tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Autentica: Belo Horizonte, 2001.