



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE LETRAS

ARGUMENTAÇÃO EM COMENTÁRIOS DO YOUTUBE: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Isabela Cristina Zanela de Oliveira Freitas

Rio de Janeiro

2020

ISABELA CRISTINA ZANELA DE OLIVEIRA FREITAS

ARGUMENTAÇÃO EM COMENTÁRIOS DO YOUTUBE: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Monografia submetida à Faculdade de Letras da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado em Letras na habilitação Português/Inglês.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Regina Souza Gomes

RIO DE JANEIRO

2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
1. A LINGUAGEM NA INTERNET	8
1.1 OS COMENTÁRIOS NA INTERNET	11
2. A PLATAFORMA YOUTUBE	15
2.1 O CANAL <i>SPOTNIKS</i> E O QUADRO “PRECONCEITO”	19
3. SEMIÓTICA E ARGUMENTAÇÃO	22
3.1 O PERCURSO GERATIVO DE SENTIDO	23
3.2 A INTERAÇÃO ENUNCIATIVA E ARGUMENTAÇÃO	25
3.2.1. Contrato fiduciário e de veridicção	29
3.2.2. As relações argumentativas	34
3.2.3. Recursos argumentativos	36
4. ARGUMENTAÇÃO EM COMENTÁRIOS DE VÍDEO NA PLATAFORMA YOUTUBE: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA	39
4.1 METODOLOGIA	39
4.2. ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS	40
4.2.1. Intertextualidade	40
4.2.2. Desqualificação do sujeito e do discurso do outro	45
4.3.4. Humor e ironia	51
4.2.5. Algumas particularidades relevantes	53
CONCLUSÕES	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	62
ANEXO A	63
ANEXO B	75

INTRODUÇÃO

Com base nos pressupostos teóricos da semiótica de linha francesa, este trabalho tem por objetivo estudar os procedimentos argumentativos nos comentários ao vídeo do YouTube intitulado “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)¹”, produzido pelo canal *Spotniks*. Para isto, foi realizado um recorte dos principais comentários que mais geraram interação tanto em número de curtidas quanto em quantidade de comentários-resposta. Desse modo, a partir dos discursos dos participantes do vídeo, desencadeou-se uma discussão em série nos comentários em que os sujeitos se posicionavam sobre os discursos dos envolvidos no vídeo e, também, sobre o posicionamento de outros comentaristas.

O acesso ampliado à internet tem possibilitado que indivíduos se utilizem desse espaço virtual para a difusão das mais variadas opiniões. No entanto, o que poderia se tornar um campo democrático de troca de ideias e pensamentos, privilegiando o debate, tem se tornado, cada vez mais, um ambiente nocivo, palco para a propagação de intolerâncias e, por vezes, repleto de incoerências argumentativas. Esse comportamento assumido pelos usuários da rede se dá muito em razão do discutível anonimato proporcionado pelo ciberespaço, o qual permite com que os indivíduos sintam uma aparente liberdade em expor o que pensam sem nenhuma espécie de filtro. Filtro este comumente existente quando a comunicação é estabelecida pessoalmente, em um contato direto entre enunciador e enunciatário, de modo que a autoria dos ditos esteja clara para ambos e, portanto, torna os sujeitos participantes da troca enunciativa responsáveis por aquilo que dizem. É em razão disto e dentro deste cenário que os sujeitos encontram nos campos destinados aos comentários (seja em site de jornais online, blogs, redes sociais ou o próprio

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XE67NDX9Ci8&feature=youtu.be>. Acessado em: jan. 2020.

YouTube) um meio para se expressarem e compartilharem seus pensamentos sobre qualquer assunto.

O vídeo selecionado para esta pesquisa, conforme mencionado, foi produzido pelo canal do YouTube *Spotniks*, cujo conteúdo se diversifica entre reportagens, quadros de experimento social, testes, entrevistas, matérias especiais sobre variados temas etc. e faz parte do quadro “Preconceito”². O motivo da seleção deste vídeo especificamente, dentre tantos, se deu pelo fato de ele abordar uma temática atual que tem gerado grande interesse social, repercussão e debate nas mídias³ em geral. A razão para tamanha repercussão está no fato dos dois profissionais que protagonizam o vídeo portarem profissões que têm sido pano de fundo do seguinte conflito: a ascensão expressiva da prática do *coaching* enquanto metodologia de desenvolvimento humano é uma realidade posta na atualidade, o que contrasta com as atividades profissionais já estabelecidas, como a psicologia. A profissão de *coach* ainda não está regulamentada e, por vezes, tem se “confundido” não somente com a área de atuação da Psicologia como também tem se utilizado de termos – ao exemplo deste vídeo: o uso do vocábulo “quântico”, em referência à Física Quântica – que fazem parte do campo teórico de outras áreas do conhecimento já consolidadas e pautadas no fazer científico, enquanto os estudos acadêmicos e teóricos sobre o próprio *coaching*, por sua vez, ainda não se firmaram e carecem de maior desenvolvimento⁴.

Em vista disso, os comentários ao referido vídeo refletem e perpetuam o debate em questão, aliados de certas especificidades, que se configuram como estratégias argumentativas, ao contribuírem para a discussão a partir dos efeitos de comicidade, gracejo e zombaria, mas

2 Cujos objetivos consistem em colocar duas pessoas que não se conhecem (que geralmente posicionam-se de forma contrária sobre certo assunto) para conversarem e tentarem “adivinhar” informações uma sobre a outra apenas pela primeira impressão que passam. Outros detalhes sobre o funcionamento do quadro “Preconceito” e sobre o canal que o produz serão comentados no capítulo sobre a plataforma YouTube, item 2.1, p. 19).

3 Podemos citar, entre outros, as seguintes matérias jornalísticas, artigos de opinião e notícias que abordam o tema: “Criminalização ou regulamentação do coaching está em discussão no Senado” FONTE: Agência Senado. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/05/23/criminalizacao-ou-regulamentacao-do-coaching-esta-em-discussao-no-senado>; “A banalização do coaching” (EXAME, 25/05/2016); “Coaching é crime? Entenda o que está por trás desse debate” (Folha de S. Paulo, 22/06/2019); “Psicologia e Coaching” FONTE: Psicologia do Brasil. Disponível em: <https://www.psicologiasdobrasil.com.br/psicologia-e-coaching/>; “Novela da Globo reacende debate: o que é coaching, afinal?” (EXAME, 08/02/2018). Todos os links foram acessados em: jan. 2020.

4 Conforme apontam alguns artigos científicos, como: “Desvendando o Coaching: uma Revisão sob a Ótica da Psicologia” Oliveira-Silva, L. C., Werneck-Leite, C. D. S. N., Carvalho, P. S. F., Anjos, A. C., & Brandão, H. I. M. (2018), disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v38n2/1982-3703-pcp-38-2-0363.pdf> e “Modelo transteórico de mudança: Contribuições para o coaching de executivos” REIS, G. G. & NAKATA, L. E. (2010), disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbop/v11n1/v11n1a07.pdf>. Todos os links foram acessados em jan. 2020.

também movidos pelas paixões⁵ do desdém, da revolta, da vergonha e da compaixão, tanto em relação ao conflito em pauta, quanto em relação aos próprios participantes do vídeo e seus discursos, além dos posicionamentos levantados sobre estes dentro dos próprios comentários da plataforma. É com este interesse que o trabalho que aqui se apresenta irá tratar de alguns dos recursos argumentativos mais significativos nos comentários (como a ironia, o humor, a desqualificação do sujeito e do discurso do outro, a intertextualidade, entre outros) e neles iremos particularizar a análise.

Dentre as categorias teóricas que a metodologia semiótica de linha francesa nos oferece como objeto de análise, escolheu-se a argumentação para desenvolver a análise a que se propõe esta pesquisa, pois (i) ainda há necessidade em prosseguir e dar continuidade aos estudos desta categoria sob a perspectiva semiótica, embora possamos destacar as essenciais contribuições de Barros (1992; 1997; 2002), Lopes e Beividas (2007; 2009), Fiorin (2008; 2016) e Teixeira (2001) e, também, por acreditarmos que (ii) a argumentação é um procedimento discursivo inerente e comum a todos os tipos e gêneros textuais, conforme a semiótica a conceitua, inclusive aos comentários de internet. Com isso, nossa pesquisa busca sistematizar o estudo da argumentação a partir do levantamento de trabalhos, sobretudo, de base semiótica, que tratam deste objeto teórico e servem de fundamentação para o desenvolvimento desta monografia.

Deste modo, o presente trabalho traça como seus objetivos (i) estudar e compreender de que forma os argumentos são construídos nos comentários, isto é, quais são os recursos argumentativos utilizados e como se caracterizam; além de (ii) evidenciar quais os efeitos de sentido gerados pelas escolhas e estratégias argumentativas dos comentaristas dentro da própria plataforma do YouTube, de tal modo que os comentários subsequentes passem a interpretar e responder aos argumentos levantados anteriormente e, a partir daí, desencadear uma série de debates acerca dos comentários antecedentes; (iii) verificar se a construção argumentativa dos discursos produzidos no campo dos comentários, dado o contexto em que se inserem, confirmam ou não a hipótese de que estes não estão abertos ao diálogo e de que, em geral, possuem um tom agressivo caracterizando-os como discursos intolerantes; e (iv) confirmar, também, se é verdadeira a hipótese de que haverá comentários que não se relacionam em nada ao conteúdo do vídeo a que, supostamente, deveriam se referir em vista da função primária para a existência do espaço para os comentários.

5 Termo usado pela semiótica francesa para designar um arranjo modal do ser dos sujeitos, geralmente lexicalizado por palavras que constituem o campo semântico do sensível. Conceituações mais aprofundadas sobre este termo serão desenvolvidas ao longo dos capítulos seguintes.

Assim, para atingir os objetivos propostos, o trabalho irá se estruturar da seguinte forma: no primeiro capítulo, em vista da discussão já mencionada nesta introdução acerca do ambiente onde nosso *corpus* se insere – isto é: a internet –, busca-se recorrer a estudos que tratam da linguagem na internet a fim de que identifiquemos suas características específicas para compreender o preceito linguístico já esperado nos comentários que serão analisados e, também, suas particularidades. Ainda, no segundo capítulo, procuraremos esclarecer, brevemente, aspectos sobre a plataforma onde os comentários que constituem nosso *corpus* foram publicados para situar de que forma a interação ocorre e é permitida dentro da plataforma do YouTube, além de descrever e detalhar informações a respeito do canal que idealizou, produziu e publicou o vídeo, ao qual se reportam os comentários, bem como o funcionamento e objetivos do quadro a que pertence dentro da programação do canal.

Também consta neste trabalho um terceiro capítulo, de cunho teórico, o qual contém uma síntese dos pressupostos teórico-metodológicos da semiótica que norteiam e fundamentam a abordagem utilizada na análise do *corpus*, com espaço dedicado à interação enunciativa, por entendermos que dela parte o cerne da argumentação, isto é, o princípio de que todos os discursos têm por finalidade convencer, *fazer crer*. E, por isso, é neste item da interação enunciativa que será abordada a questão do contrato fiduciário – no qual se busca estabelecer uma confiança entre enunciador e enunciatário – e do contrato veridictório – em que se atribui (ou não) o estatuto de verdade a um dado enunciado –, e também das relações argumentativas decorrentes desta interação entre enunciador e enunciatário, assim como entre enunciação e enunciado. Além de, por fim, elencarmos os recursos argumentativos aos quais nos restringimos para a análise dos textos selecionados e serão desenvolvidos e exemplificados no capítulo de análise.

Finalmente, o último capítulo, que antecede as conclusões, destina-se a tratar, primeiramente, da metodologia de recorte do *corpus* visto que os comentários ao vídeo escolhido são demasiadamente numerosos e seria insustentável selecionar todos eles para análise; por este motivo, foram traçadas três estratégias distintas de recorte a fim de que se obtivesse um quantitativo representativo dessa totalidade de comentários. Em seguida, o capítulo irá se ocupar, principalmente, de analisar a maneira como a argumentação é construída nos comentários ao vídeo selecionado de modo a evidenciar os principais recursos argumentativos que aparecem no *corpus* e conceituá-los, fundamentando-os a partir dos estudos realizados por semioticistas que abordaram alguns desses procedimentos.

Portanto, é a partir dessa configuração organizacional que esta monografia procura estudar e analisar as estratégias argumentativas articuladas por um enunciador (comentarista da

internet) com o objetivo de fazer seu enunciatário (leitor do comentário) *crer* em seu enunciado (o comentário em si) e, de maneira geral, buscar atingir a cada um dos objetivos propostos e descritos nesta seção.

1. A LINGUAGEM NA INTERNET

É importante que algumas considerações sejam feitas a respeito da linguagem na internet para que possamos entender suas principais características e os efeitos de sentido que os discursos compartilhados nesse espaço costumam produzir – o que nos será de proveito quando analisarmos o caso dos comentários ao vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)”. Por esse motivo, este capítulo inicial destina-se a elucidar questões sobre o caráter da linguagem na internet de maneira geral, a partir de trabalhos já produzidos dentro do campo da semiótica francesa. Em seguida, ainda sob a perspectiva dos estudos semióticos, procura-se distinguir as particularidades do gênero discursivo “comentário de internet”, no qual se enquadram os textos que compõem o *corpus* deste trabalho, na intenção de verificar se há, relativamente, padrões a serem esperados no plano da expressão e do conteúdo dessas manifestações textuais e compreender suas particularidades.

Alguns pesquisadores têm se debruçado em suas pesquisas mais recentes sobre a questão da linguagem na internet. A semioticista Diana Luz Pessoa de Barros (2014, 2015), por exemplo, tem contribuído bastante com esses estudos, sobretudo, com relação aos discursos intolerantes que lá circulam. Esses, por sua vez, estão muito presentes nesse espaço graças ao anonimato que a internet proporciona e à intensificação da interatividade aliado à duratividade e ao alcance dessas produções discursivas.

Em seu artigo sobre “A complexidade discursiva na internet”, partindo das modalidades da língua: fala e escrita, Barros (2015, p. 15) – com base em seu texto de 2000 (*Entre a fala e a escrita: algumas reflexões sobre as posições intermediárias*) – mostra que no ambiente da internet essas modalidades se confundem e, na verdade, o que se tem é uma espécie de *continuum* entre um polo e outro, em que a linguagem na internet ocupa as posições intermediárias do espectro. Isso ocorre, pois a referida linguagem ora assume características tidas como pertencentes à fala, ora características típicas da escrita, principalmente no que diz respeito aos seus efeitos de sentido.

Por exemplo, a escrita, idealmente, pressupõe um tempo de planejamento para a produção e, por conta disso, não deixa resquícios no enunciado de formulação ou reformulação de pensamento, além de ter um aspecto mais durativo, pois se reverbera. Ao contrário, a fala não permite o planejamento, o que, conseqüentemente, faz com que venha a deixar marcas de reestruturação e elaboração textual no discurso e, por conseguinte, o texto acaba sendo

construído de forma gradativa e torna-se passível de esquecimento, gerando um aspecto mais pontual. Barros conclui, então, que

Os textos na internet ocupam posições temporais sempre intermediárias entre os pontos extremos da fala e da escrita ideais, pois ora se aproximam da caracterização temporal ideal da fala, como nos bate-papos por computador, que não são planejados antecipadamente, apresentam traços de reelaboração e são fragmentados, ora da escrita, como na troca de e-mails, em que, em geral, não há concomitância temporal, nem marcas de formulação. Dessa forma, os textos da internet do tipo bate-papo produzem aproximadamente os mesmos efeitos que os da fala, e os das trocas de e-mails, mais próximos da escrita, são considerados formais ou informais, menos ou mais acabados, mas não tão completos quanto a escrita ideal. (BARROS, 2015, p. 16, grifo do autor).

De maneira geral, a autora conclui que os efeitos de sentido que competem às instâncias temporais, espaciais e actanciais da fala são de “proximidade, subjetividade, descontração, informalidade, incompletude, simetria, reciprocidade, cumplicidade” (BARROS, 2015, p. 18), enquanto que os da escrita, de “distanciamento, formalidade, completude, assimetria, afastamento” (BARROS, 2015, p. 18). Ainda, nos diz que tais efeitos possuem valorações positivas ou negativas em diferentes textos.

Portanto, como os discursos produzidos na internet, de acordo com o que abordamos logo no início deste capítulo, se encontram nas posições intermediárias entre fala e escrita, eles são definidos como complexos e, sendo assim, produzem tanto os efeitos de proximidade quanto de distanciamento, tanto de informalidade, quanto de formalidade, e assim por diante, ou seja, admitem efeitos de ambas as modalidades. Assim, a linguagem na internet “tem seus sentidos exacerbados, já que engloba as possibilidades de interação das duas modalidades, de que resultam sua interatividade intensa, a longa conservação de seus conteúdos e a grande extensão de seu alcance” (BARROS, 2015, p. 18).

Tomemos como exemplo desta complexidade da linguagem na internet o comentário abaixo retirado de nosso *corpus* sobre o desempenho de um dos protagonistas no vídeo:

1.

LH Moreno 3 meses atrás

Tenho certeza que o Carlos Renato sabe mais e argumenta muito melhor do que nesse vídeo.

A ironia é que quando ele se viu defrontado com uma pessoa que abomina a sua profissão, ou o que vem sendo feito dela por alguns, permitiu que aquilo que mais ele preza escorresse por suas mãos, a inteligência emocional.

Não tem jeito, seja você quem for, saiba o que souber, se a emoção tomar as rédeas, não há conhecimento formal, educação, nem sequer controle inibitório que te segure O cérebro entra em parafuso e as ideias deixam de ser concatenadas..

Como costumo dizer... A vida sem emoção não tem graça, mas com muito dela é uma desgraça.

Parabéns Carlos!! Parabéns Jéssica!! Parabéns ao programa... Cada vez mais interessante.

O comentário acima combina tanto efeitos de sentido comuns à fala quanto à escrita. O uso de vocábulos mais rebuscados como “defrontado”, “inibitório”, “concatenadas” causam efeito de *formalidade* e *afastamento* e o recurso estilístico da sinestesia no trecho “escorresse por suas mãos”, por exemplo, indica um *planejamento* de produção, todos esses efeitos, conforme tratamos, são típicos da escrita. Em contrapartida, como exemplo dos efeitos provenientes da fala temos a *informalidade* trazida pela expressão “o cérebro entra em parafuso”, o efeito de *proximidade* por meio do uso da primeira pessoa como em “tenho certeza”, “como costumo dizer” e a *descontração* presente na frase “A vida sem emoção não tem graça, mas com muito dela é uma desgraça.”.

Outra característica é a de que os discursos da internet são, em geral, considerados verdadeiros, isto é, dentro da relação modal entre o *ser* e *parecer*, eles *parecem* e *são* verdadeiros. Barros (2015, p. 22) nos alerta que tal interpretação para esses discursos decorre, principalmente, em razão da ampla quantidade de saber contida na internet e da exacerbada interatividade que ela propicia, de tal modo que o destinador desses discursos, em relação à posição de sujeito que ele toma, é entendido como detentor do saber e seu destinatário, em contrapartida, dada a referida interatividade acentuada, acaba por se considerar, em grande medida, também como um “autor-destinador”. Dessa forma, o destinatário construído passa a creditar confiança ao sujeito destinador do enunciado por esse disseminar discursos que também são interpretados como da própria autoria do destinatário.

Ao lado da complexidade, em vista das características híbridas de fala e escrita, e da sanção verdadeira atribuída a esses discursos, a linguagem na internet tem, também, como um de seus aspectos, o anonimato. Para a semiótica, no âmbito da sintaxe discursiva, esses discursos se demonstram autorais por empregarem um *eu-aqui-agora*, resultado de uma enunciação enunciada⁶ e que constitui, em parte, o enunciador como narrador em primeira pessoa, mas que não se actorializa plenamente. No entanto, a autoria é questionada no âmbito da semântica discursiva, pois os papéis temáticos que recobrem o actante da enunciação são

⁶ Trata-se da projeção de um elemento da enunciação (seja da categoria de pessoa, espaço ou tempo) no interior do enunciado. Este conceito será desenvolvido posteriormente no capítulo sobre Semiótica e Argumentação, item 3.2, p. 25.

geralmente figurativizados por pseudônimos, o que leva à incompletude do ator da enunciação e gera o anonimato. Barros evidencia que

Disso decorre o anonimato, que permite a construção do sujeito da enunciação e, até mesmo, do ator-narrador, que é uma voz delegada pelo enunciador, mas não a do ator da enunciação **pleno**. Resulta daí o efeito de sentido de irresponsabilidade, moralizada negativamente pela sociedade. A irresponsabilidade é, nesse caso, definida como agir, sem os riscos de sanção de suas ações. O dicionário define irresponsável como aquele que não pode ser responsabilizado pelos atos que pratica, no caso da internet, devido ao uso da estratégia discursiva de apagamento de algumas partes ou aspectos do ator da enunciação, tornando-o anônimo (BARROS, 2015, p. 25, grifo do autor).

O anonimato, como aponta a pesquisadora, também está relacionado à questão do público e privado. Da mesma forma como aconteceu com a fala e a escrita, o discurso da internet se demonstra como um mitigador da distinção entre esses polos, fazendo surgir um termo complexo decorrente da conjunção de tais opostos. Pois cabe àquilo que é público, a submissão às leis e às regras e àquilo que é privado, as preferências individuais e particulares. “Dessa forma, o discurso na internet define-se também como um complexo **embora privado, público**, ou, com inversão de equilíbrio, **embora público, privado**. Ao qual se acrescenta o paradoxo de sujeito construído como um homem público, mas anônimo.” (BARROS, 2015, p. 28, grifo do autor).

A partir desses aspectos, podemos concluir que, segundo Barros (2015) em “A complexidade discursiva na internet”, a linguagem do ambiente virtual se caracteriza, dentre outras formas, por meio da acentuada intensidade na interação e da grande duratividade e alcance que esses discursos passam a ter em razão do caráter complexo por serem ao mesmo tempo fala e escrita; da instalação de um sujeito confiável por mostrar-se verdadeiro e dotado de saber sem se responsabilizar sobre seu dizer em face da ruptura com a distinção entre público e privado que lhe permite se construir discursivamente como “homem público, embora anônimo, do ponto de vista da autoria do ator da enunciação” (BARROS, 2015, p. 28).

1.1 OS COMENTÁRIOS NA INTERNET

Se as características acima descritas competem aos discursos e a linguagem na internet de maneira geral, passemos agora às especificidades de um dos gêneros discursivos que circulam nesse ambiente que, ao mesmo tempo, é objeto de nosso estudo: os comentários de internet. A partir da definição clássica de Bakhtin (2003, p. 262) que entende os gêneros como “tipos relativamente estáveis de enunciado” e de que a palavra “relativamente”, conforme diz

Fiorin (2006, p. 64), “indica uma imprecisão das características e fronteiras dos gêneros”, buscamos aqui entender, ao menos, o uso que esses gêneros têm assumido e as temáticas mais recorrentes que os recobrem, com base nas pesquisas mais recentes sobre o assunto sob a ótica da semiótica francesa.

Tomemos como exemplo os estudos de Gomes e Antunes (2018, p. 564 - 603) sobre as “Interações enunciativas em comentários de blogs jornalísticos opinativos” que, com clareza, tratam das caracterizações encontradas nos comentários da internet. Em primeiro lugar, elas refletem sobre o comportamento comum que leva os comentaristas a se utilizarem dessa ferramenta nesse ambiente:

Acreditando-se dotados de um poder dizer e de um saber dizer, os atores desses discursos percebem-se autorizados a emitir sua opinião sobre os temas em foco nos artigos e matérias publicadas pelos blogs e constroem seus discursos apoiados na ilusão de que a internet é um espaço aberto para a livre expressão de qualquer pessoa (...) (GOMES; ANTUNES, 2018, p. 569 - 570).

Assim, em linhas gerais, pode-se perceber que com relação ao uso dos variados campos de comentários espalhados na internet por sites jornalísticos, blogs, mídias sociais, plataformas de streaming, como o YouTube, etc. os comentaristas comumente fazem desse um espaço em que se pode expressar suas opiniões de forma aberta e “sem limites”. Assumimos as proposições das autoras como aplicáveis aos comentários de outros meios, sobretudo, ainda dentro do espaço da internet, por entendermos que, de acordo com Gomes (2009, p. 592), “os gêneros nos permitem, por sua relativa estabilidade, antecipar e estabelecer a ação interpretativa, mas seu caráter, ao mesmo tempo flexível e instável, nos abre condições para nos ajustarmos às novas circunstâncias histórico-sociais a que sempre estamos sujeitos”.

Além disso, Gomes e Antunes (2018) caracterizam que os comentários na internet, em geral, são carregados de um discurso apaixonado que, para a semiótica tensiva⁷ proposta por Fontanille e Zilberberg (2001), está relacionado ao componente sensível, às emoções, ao universo afetivo. Além desse aspecto, esses discursos apresentam comportamentos enunciativos exagerados por construírem sua argumentação em bases afetivas e “nas relações epistêmicas subjetivas da confiança e da desconfiança” (GOMES; ANTUNES, 2018, p. 572) mais do que em ponderações éticas relacionadas ao componente inteligível que se baseia nos argumentos admissíveis e tidos como verdadeiros. Afirmam, também, que os comentários na internet são construídos de forma incongruente ao apresentarem intermitências temáticas e

⁷ A semiótica tensiva é uma abordagem da teoria que passou a se ocupar dos conteúdos sensíveis do texto, isto é, a dimensão afetiva do discurso.

figurativas. Esses aspectos, portanto, vão ao encontro dos estudos de Barros (2015) expostos anteriormente ao tratar dos discursos na internet.

Quanto ao comportamento dos comentaristas frente a temáticas específicas, foi observado nas pesquisas realizadas pelas autoras que no caso de blogs cujos domínios discursivos sejam os jurídicos, acadêmicos e econômicos, de temas menos populares, a quantidade de comentários é reduzida e esses possuem caráter menos excessivo, mais coerente com o assunto abordado nos blogs e de teor mais reflexivo. Na mesma linha, em blogs cujos domínios temáticos são os da política ou os daqueles que abordam comportamentos polêmicos, há maior número de comentários e nestes, há maior envolvimento afetivo. Um número menor de comentários demonstrou, por parte dos comentaristas, valoração positiva e criaram relações de afetividade e de reconhecimento do outro ao tecer elogios e apoio ao conteúdo textual. Isso ocorre muito em razão da concordância entre os pontos de vista do autor e leitor que, quando não atingem a paixão da admiração, conforme colocado pelas pesquisadoras, pode aproximar-se da paixão de satisfação.

Em contrapartida, Gomes e Antunes (2018) explicam que a predominância nos comentários desses blogs é de discursos intolerantes, passionais e intensos. São frequentes as paixões da indignação e da revolta, do ódio e do desprezo e há ainda o que, de acordo com Barros (2015; 2016), é entendido como medo ao diferente. Com relação a essas feições, esclarecem que

(...) as paixões da indignação e da revolta podem ser descritas por reunirem um *querer não ser, saber ser, crer poder não ser*. São geralmente paixões menos durativas, mas muito intensas. As paixões do ódio e da ira são malevolentes, caracterizadas por um *querer fazer mal*. São também intensas e muitas vezes mobilizam o sujeito a uma ação violenta. A paixão do desprezo se define como um sentimento de repulsa ou aversão por outro que se julga inferior, não merecedor de apreço (um *querer não ser*), por não ter cumprido um contrato, uma expectativa do sujeito que despreza. O medo pode ser explicado também por um *querer não ser* e, segundo Fiorin, apoiado em Lotman, há “uma tipologia das culturas com base nas normas cuja transgressão é motivo de vergonha e normas cuja obediência é ditada pelo medo” (FIORIN, 1992, p. 56) (GOMES; ANTUNES, 2018, p. 580 - 581).

Com relação aos discursos intolerantes que, conforme visto, são preponderantes nesse gênero discursivo, vale mencionar as contribuições anteriores de Denise Barros da Silva (2017) em dissertação de mestrado, orientada pela semioticista Diana Luz Pessoa de Barros, na qual realizou uma análise semiótica dos comentários de leitores de blog e Facebook. Ao realizar sua pesquisa, a autora percebeu uma espécie de padrão que esses discursos, em especial, assumiram e os subdividiu em: a) comentários em que o comentarista discorda do enunciador/autor e faz ataques pessoais a este sujeito; b) comentários em que o comentarista discorda dos argumentos

apresentados pelo enunciador/autor; c) comentários em que o comentarista concorda com o enunciador/autor e faz elogios a ele; d) comentários em que concorda com os argumentos apresentados pelo enunciador/autor e acrescenta algo à discussão realizada no texto a que se refere.

Também, Silva percebeu em sua avaliação que

o sujeito dos comentários está dotado das competências de ler, comentar e participar da interpretação do texto de base, mas essas competências não garantem que a interação instaure um diálogo entre internautas. Ao calar a voz do sujeito do texto de base, alguns comentários discordantes e outros que somente elogiam desconsideram a discussão feita na postagem do blog e ignoram a voz do sujeito do texto no qual comentam (SILVA, 2017, p. 94).

Com isso, é possível compreender que a função dos comentários embora, idealmente, seja para que usuários estabeleçam um diálogo com o texto fonte e discutam as ideias lá propostas, há uma forte tendência da produção de discursos surdos e monfônicos nesse espaço, caracterizando um sujeito internauta que está disposto a expor seus pensamentos e opiniões, mas que não mantém a mesma disposição para ouvir os posicionamentos de outros, isto é, esse sujeito quer ser ouvido, contudo se recusa a ouvir, quer falar embora rejeite e, ainda pior, desqualifique a fala do outro.

Concluimos, então, que as características aqui abordadas nas pesquisas de Gomes e Antunes (2018) e Silva (2017), apesar de tratarem especificamente dos comentários de blog ou rede social, constituem aspectos que são comuns aos comentários na internet, de maneira geral, por se tratar de um mesmo gênero discursivo, conforme apoiado em Bakhtin (2003), Fiorin (2006) e Gomes (2009). Por isso, os apontamentos realizados neste capítulo servirão como bases norteadoras para o olhar direcionado à análise dos comentários sobre o vídeo selecionado para pesquisa.

2. A PLATAFORMA YOUTUBE

Haja vista que este trabalho visa analisar, especificamente, os comentários referentes ao vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)”, produzido e publicado pelo canal *Spotniks* do YouTube, cabe, ainda que de forma sucinta, trazer as vozes de alguns pesquisadores, em sua maioria da área da comunicação, que já se propuseram a estudar esta plataforma e introduzir conceitos norteadores que a caracterizam e situam o espaço onde os textos objetos de nossa análise foram publicados.

Inicialmente, o YouTube foi concebido como uma plataforma de armazenamento e compartilhamento de vídeos domésticos e foi idealizado e fundado pelo trio Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim em 2005, até que o site foi vendido para a *Google* em 2006 por quase dois bilhões de dólares⁸. A inovação da plataforma estava no fato de que pela primeira vez na internet haveria a possibilidade de reunir, em um único site, produções audiovisuais com melhor qualidade de imagem. Além disso, a oportunidade que a plataforma proporcionava (atualmente, ainda mais, em vista do amplo acesso à internet) ao usuário comum da internet de publicar e compartilhar seus vídeos sempre foi seu diferencial. Entretanto, desde a venda para a *Google*, a plataforma abriu espaço também para grandes empresas de comunicação (da indústria da música, da televisão, do cinema etc.) publicarem seus vídeos neste ambiente.

Conforme observado por Santos (2019, p. 39), em tese sobre “Transmidialidade e humor: um estudo semiótico do Porta dos Fundos”, tal interesse em construir uma comunidade independente de produtores de conteúdo audiovisual pode ser depreendido a partir do próprio nome da plataforma: “You”, que significa “você” em inglês e “Tube”, traduzido para “tubo” em português e, também, utilizado como gíria para “televisão”, sendo assim, “YouTube” poderia ser traduzido para algo como “você televisa”. Além disso, a autora recorda que a plataforma possuiu o *slogan* “Broadcast yourself!” equivalente a “Transmita-se!”, mais uma vez em referência a um dos meios de comunicação mais influente de todos os tempos: a televisão. Nos dias de hoje, na aba “sobre” do site encontra-se a seguinte mensagem: “Nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo”.

Com isso, os usuários encontraram no YouTube a oportunidade para compartilharem suas ideias, liberarem sua criatividade e se expressarem por meio do audiovisual de forma livre⁹.

⁸ Tais informações foram confirmadas a partir do livro organizado por Snickars e Vonderau (2009, p. 9); os artigos de Sá e Holzbach (2010, p. 153) e Queiroz (2015, p. 1); e a tese de Santos (2019, p. 39).

⁹ Sobre isso, o YouTube afirma em mensagem disponível na aba “sobre” do site pelo link

<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/>: “Acreditamos que as pessoas devam ser capazes de se expressar

Desde então, a plataforma tem dado palco para produções das mais variadas temáticas e áreas de interesse, a saber: música, jogos, notícias, entretenimento, viagem, animação, esporte, arte, política, religião, cultura, relacionamento, educação e muito mais. Entretanto, Queiroz nos adverte que

Mesmo tendo uma proposta de ser uma ferramenta voltada ao usuário comum, na atualidade, a plataforma compreende diversos tipos de participantes, ou seja, usuários que fazem usos distintos da ferramenta. Isso, é claro, acontece pela visibilidade e facilidade de acesso. Deste modo, o YouTube passou a ser utilizado para praticamente todo tipo de divulgação, quais sejam: marketing comercial, marketing pessoal, propagandas políticas, programas de televisão etc. (QUEIROZ, 2015, p. 2).

A aquisição do site pela *Google* implicou em grandes mudanças para os usuários – tanto produtores quanto consumidores de conteúdo –, a maior delas foi a inserção massiva dos anúncios de que fala Queiroz em citação acima e da inclusão de grandes empresas de comunicação que, também, possuem seus canais no site. A plataforma passou a estabelecer, então, relações não mais apenas com foco na comunidade “popular” como pensavam seus idealizadores, mas agora, também, com foco nas empresas que querem utilizar da visibilidade da plataforma para anunciarem seus produtos. Snickars e Vonderau percebem que

A promoção do YouTube como uma plataforma orientada pela comunidade certamente parece estranho à segunda vista, principalmente por causa das atuais tentativas subsidiárias do Google de aumentar os lucros solicitando aos usuários que forneçam um "conteúdo melhor". Afinal, a monetização é dita como "a prioridade nº 1 em 2009." Certamente, programas de parceria e acordos individuais com empresas de comunicação já permitiram o YouTube a colocar anúncios por algum tempo ao longo dos vídeos, dividindo a receita com seus parceiros. Por causa da natureza imprevisível do conteúdo amador, no entanto, uma estimativa de que menos de cinco por cento dos cliques no YouTube ainda veiculam anúncios, conseqüentemente trazem a necessidade de encontrar formas "das pessoas se envolverem de novas maneiras com o vídeo", como afirma a ficha técnica do YouTube (SNICKARS; VONDERAU, 2009, p. 10, tradução nossa).

Apesar dessa discussão, Queiroz (2015, p. 2) não nega que a viabilização promovida pelo YouTube, por meio dos recursos técnicos oferecidos pela plataforma, faz com que os usuários sejam habilitados a modelarem o site em conjunto com os demais participantes, fazendo dele, o YouTube, “um sistema cultural dinâmico”, caracterizando-o como “um artefato da cultura participativa”. No mesmo sentido, Sá e Holzbach (2010, p. 158 – 159) concluem que o vídeo, no YouTube, é o elo entre as pessoas, isto é, uma espécie de “pretexto” para promover diálogos pontuais, já que, geralmente, as pessoas que interagem na plataforma não se conhecem e não nutrem nenhuma forma de aproximação após o contato virtual mediado pelo site. Assim

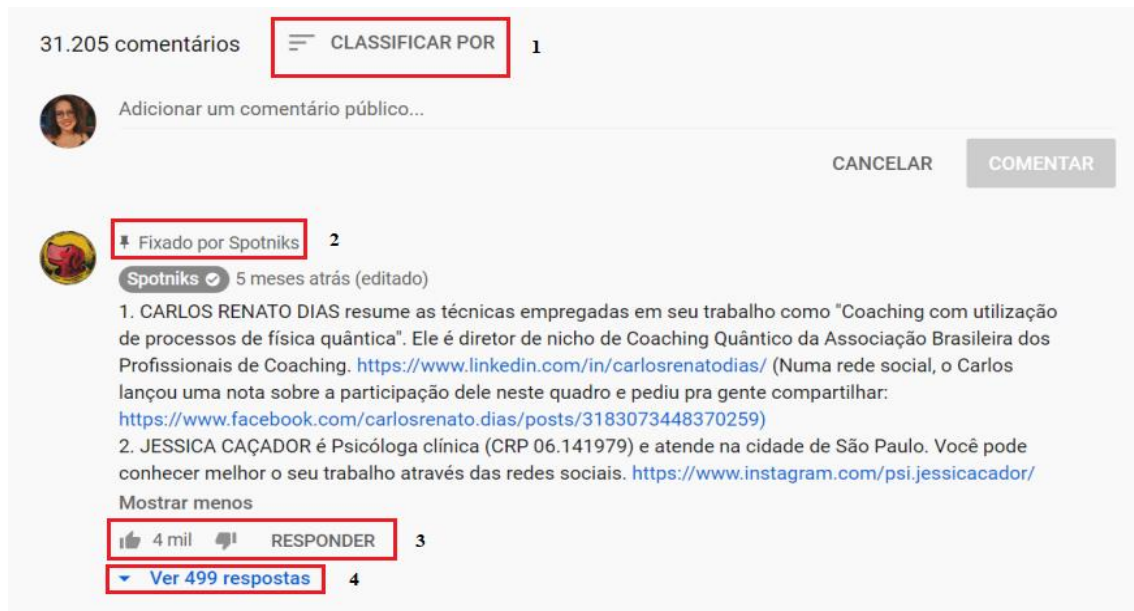
livremente, compartilhar opiniões, promover o diálogo aberto, e que a liberdade criativa propicia o surgimento de novas vozes, formatos e possibilidades”. Link acessado em: jan. 2020.

sendo, a única coisa que elas têm em comum é o fato de terem assistido a um mesmo conteúdo no site e, provavelmente, de compartilharem daquele mesmo interesse. Somado a isso, os autores ratificam que os diálogos que surgem nos comentários do site podem ser continuados indeterminadamente, uma vez que, para isso, basta o vídeo estar disponível na plataforma. Por este motivo, os conteúdos lá publicados estão em constante transformação e sofrem contínuas ressignificações e novas leituras por parte de seus “consumidores”.

A fim de situar o espaço dos comentários, onde coletamos nosso *corpus*, vale explicar, brevemente, quais as ferramentas disponibilizadas pela plataforma para que essa interação ocorra. Além de avaliar positiva ou negativamente os vídeos, por meio dos botões de “gostei” e “não gostei”, o usuário também pode compartilhá-lo em outras plataformas e mídias sociais, salvar o vídeo em uma *playlist* própria dentro da sua conta no YouTube e inscrever-se no canal responsável pelo vídeo e ativar as notificações (ao clicar em um “sininho”) para receber um alerta sempre que novos vídeos forem postados. Também, o usuário pode interagir com o vídeo por meio do campo dos comentários e escrever, literalmente, o que quiser sobre o vídeo publicado. É nesta forma de interação, especificamente, que está nosso interesse.

Observemos, portanto, a figura seguinte e os destaques que nela fizemos para ilustrar como o campo dos comentários se apresenta na plataforma e que possibilidades ele oferece ao comentarista:

Figura 1 - Print do campo destinado aos comentários no YouTube.



FONTE: YouTube, canal *Spotniks*. (grifos nossos) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5c-qp8DRnbw>. Acessado em: 22 jan. 2020.

O destaque número 1 refere-se as formas de classificação (lê-se: organização) dos comentários. Ao clicar neste campo aparecem duas opções: “Principais comentários” e “Mais recentes primeiro”. Este ordena os comentários de acordo com a data de publicação, em uma gradação que vai do mais recente ao mais antigo. Aquele, por sua vez, ordena os comentários de acordo com a quantidade de interações na plataforma, seja por meio de curtidas ou respostas. No entanto, ao contrário da outra opção que estabelece claramente um critério (o tempo de publicação), não foi possível perceber nesta uma distinção nítida entre os motivos pelos quais alguns comentários com menos curtidas e respostas – embora ainda significativas, por exemplo: 90 curtidas e 1 resposta – ficavam acima de outros comentários com ainda mais curtidas e respostas. Tais critérios de filtragem foram considerados em duas das estratégias de recorte do *corpus* que será explicado no item destinado à Metodologia (p. 39).

O destaque número 2 identifica que o comentário indexado com essa marcação foi fixado pelo canal, com isso, este comentário obrigatoriamente passa a ficar no topo do campo de comentários, isto é, será o primeiro a ser visualizado, independente das filtrações escolhidas pelo usuário no botão “Classificar por”. Este recurso é utilizado pelo canal, principalmente, quando surge um comentário contendo informações muito importantes e que acrescentam ao conteúdo do vídeo de tal modo que deva ser visto pelo máximo de pessoas possível. Em nosso exemplo, o próprio canal *Spotniks* fez um comentário em seu vídeo com mais informações a respeito dos participantes do vídeo e, a fim de que seu comentário alcance a todos – dada sua

importância – e, conseqüentemente, não ficasse abaixo dos demais comentários, fixou-o ao topo.

O destaque número 3 mostra as formas diretas de interação com os comentários: avaliá-lo positiva ou negativamente e respondê-lo sob a forma de mais um comentário. Este formato se desencadeia a cada comentário que é feito na plataforma e, a partir dele, uma rede interna de “bate-papo” é gerada. Vale ressaltar que quando um comentário é em resposta a outro comentário, ele se inicia com uma arroba (“@”) seguida do nome daquele usuário a quem se refere. Por fim, o destaque número 4 indica a quantidade de respostas que aquele comentário teve e ao clicar neste botão estes comentários-resposta são ordenados abaixo do comentário principal.

Concluimos, portanto, que é inegável que a plataforma YouTube – embora, atualmente, haja uma discussão em torno de seu interesse em investir e estreitar relações com os patrocinadores a quem tanto atrai – continua fornecendo ao usuário comum da internet um espaço não somente para publicar, divulgar e compartilhar suas próprias produções e difundir suas ideias por meio delas, como também a possibilidade de interagir com os vídeos que nela circulam, principalmente pelo uso do campo dos comentários em que tanto produtores quanto “consumidores” de conteúdo podem expressar suas opiniões e pensamentos para todo o público do site.

2.1 O CANAL *SPOTNIKS* E O QUADRO “PRECONCEITO”

Ainda em consideração ao *corpus* selecionado, é importante destinarmos algumas páginas deste trabalho ao intuito de contextualizar – ao lado das considerações sobre a plataforma que dá suporte aos comentários que serão analisados –, também, o canal que produziu e publicou o vídeo ao qual os comentários devem se referir, bem como o quadro no qual este vídeo se enquadra dentro da programação do canal.

O canal do YouTube *Spotniks* surgiu na plataforma em 25 de Julho de 2014, liderado por Rodrigo da Silva e Felipe Hermes, atualmente possui quase 1 milhão de inscritos e seus vídeos publicados totalizam mais de 53.240.000 visualizações¹⁰. O vídeo “Afiml, que troço é esse tal de SPOTNIKS?”¹¹ postado pelo canal tem o objetivo de esclarecer sobre o que é o

¹⁰ Informações disponíveis na aba “sobre” do canal. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/tvspotniks/about>. Acessado em: jan. 2020.

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8bLPOdQs8Sk>. Acessado em: jan. 2020.

canal, qual o tipo de conteúdo que se deve esperar deles e qual seu compromisso. O nome do canal (*Spotniks*), segundo o vídeo mencionado, faz referência ao satélite soviético que enviou um vira-lata, a cadela Laica, para o espaço nos anos 50 e o tornou o primeiro ser vivo a enxergar o planeta do espaço. Em alusão a esse acontecimento histórico, o canal *Spotniks* diz que a mesma motivação de tentar entender como nosso planeta funciona o levou à existência.

No vídeo ao qual nos referimos acima, o canal critica o modelo tradicional de noticiário, isto é, o da televisão e dos jornais impressos, por acreditar que lhes falta trazer contextualização, dados, história e argumento, entre outros aspectos. Em contrapartida, o canal se apresenta como uma solução para essa defasagem do jornalismo tradicional, e se coloca como integrante da categoria de jornalismo independente no Brasil que visa superar tais práticas. Com relação à categoria na qual o *Spotniks* se enquadra dentro da plataforma do YouTube, ele faz parte da categoria “Notícias e Política”. Tal categorização é justificável uma vez que, no vídeo supracitado, o canal afirma que este assunto – a política – é o pilar de suas produções. De fato, o canal produz variados quadros com esse viés, como os seguintes títulos: *Protestos*, *Comentando comentários*, *Mude a minha opinião*, *Preconceito*, entre outros. Este último, porém, o quadro “Preconceito”, é onde se encontra o vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)” a partir do qual os comentários que compõem o *corpus* desta pesquisa se reportam.

Assim, cabe explicar como esse quadro funciona. Na descrição de cada vídeo que integra o quadro, o canal traz a seguinte síntese a respeito de seu objetivo: “Nele, [no quadro “Preconceito”] duas pessoas que nunca se viram na vida tentam adivinhar características relevantes uma sobre a outra usando como base apenas o estereótipo” (SPOTNIKS, Youtube¹², grifo nosso). Geralmente, o quadro traz dois convidados que divergem de opinião e possuem pontos de vista diferentes a respeito de um assunto em comum. Esses convidados são comumente “rotulados” logo no título do vídeo ou pela profissão que portam ou pela ideologia que defendem de modo que o telespectador já saiba qual o possível “embate” e divergências que os protagonistas do vídeo podem repercutir.

Quanto ao formato de organização, consiste no seguinte: duas cadeiras são posicionadas uma de frente para a outra em um fundo branco onde os convidados se sentam cada um com uma prancheta em mãos. Essas pranchetas contêm fichas com frases preparadas pela produção

¹² Esta mensagem está presente na descrição de todos os vídeos, de diferentes datas de publicação, que fazem parte do quadro. Portanto, pode ser encontrada na descrição do vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)”. Disponível em: <https://youtu.be/XE67NDX9Ci8>. Acessado em: jan. 2020.

que orientam e “induzem” os participantes a completarem com o que eles acham que o outro responderia (além de suas respostas pessoais aos mesmos questionamentos). A partir disso, a dinâmica do quadro é a de que após ter sido preenchida a primeira página da ficha, os participantes devem, alternadamente, ler suas impressões sobre o outro e revelar o que de fato corresponde ao que pensam. Entretanto, cada página do “questionário” feito pela produção do programa revela gradativamente a distinção que há entre eles. Além disso, é claro, os convidados não se conhecem e não recebem nenhuma outra informação da produção do programa sobre o outro além das orientações trazidas nas pranchetas. Nisto consiste o título “Preconceito”: ao passo que os participantes julgam o outro sem ainda o conhecer de fato e, conforme vão se conhecendo e percebendo suas oposições, pode-se revelar um caráter mais, ou menos, intolerante dos indivíduos quanto às diferenças de posicionamento que existem entre si. Por esse motivo, ao final da experiência eles revelam se no início, às cegas, eles seriam ou não amigos daquela pessoa e, também, após terem se conhecido.

Dessa forma, dados os devidos apontamentos e contextualização não somente a respeito do canal que veicula o vídeo ao qual os comentários do *corpus* se reportam, como também da plataforma YouTube onde estão inseridos, podemos compreender e situar melhor como o ambiente em que os discursos expressos pela manifestação textual dos comentários se caracteriza e de que forma esse cenário pode vir a se refletir na forma de interação entre enunciador e enunciatário, e enunciação e enunciado.

3. SEMIÓTICA E ARGUMENTAÇÃO

Tem-se na semiótica um caminho para a análise dos discursos e dos efeitos de sentido criados pelos mecanismos do texto. Conforme observado por Bevidas e Lopes quanto ao estudo da argumentação dentro do campo da semiótica, consideramos que

No final dos anos 80 passados, diferentes semioticistas reconheciam, entre outras insuficiências, não ter a disciplina cuidada, até então, de desenvolver mais diretamente uma *teoria da argumentação* ou estudo sistemático de uma racionalidade argumentativa. A instância de “manipulação” (FAZER-FAZER), mormente através do *fazer persuasivo* [FAZER-SABER / FAZER-CRER] – com o seu correlato: *fazer interpretativo* [CRER-SER/PARECER] –, parecia cobrir satisfatoriamente o regime das trocas interativas entre actantes narrativos e, por extensões daí decorrentes, entre parceiros da comunicação, em ato e situação. Ora, frente à enormidade dos estudos argumentativos (provenientes da Retórica e de algumas de suas herdeiras contemporâneas, como a Análise do Discurso/AD e a Pragmática), temos de reconhecer que ainda hoje mínguem no campo semiótico estudos mais sistemáticos sobre possíveis estratégias sintáticas e semânticas, modais e tensivas, que possam matizar singularmente os movimentos cognitivos da argumentação, sob o ponto de vista da semiótica (BEVIDAS; LOPES, 2009, p. 443, 444).

Em razão disto, este trabalho se faz necessário para ampliar e contribuir com os estudos a respeito dos modos do persuadir (da argumentação) dentro da semiótica greimasiana – nome dado em homenagem ao seu fundador: Algirdas Julien Greimas. Assim, a partir da ancoragem em estudiosos e pesquisadores da teoria discursiva, este capítulo objetiva apresentar e detalhar a teoria semiótica de linha francesa e sua perspectiva acerca do objeto da argumentação, na qual nos apoiamos para a análise dos comentários de internautas ao vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)” que se seguirá mais adiante.

A fim de atingir o objetivo proposto nesta seção, será introduzido e discutido o percurso gerativo de sentido, modelo teórico-analítico proposto pela semiótica (3.1) e a interação enunciativa (3.2) que ocorre no âmbito da sintaxe discursiva. Neste item, abordaremos, então, notas sobre o contrato fiduciário de veridcção (3.2.1), e das relações argumentativas (3.2.2) que se estabelecem no discurso para que, desta forma, sejam finalmente destacados os recursos argumentativos (3.2.3) mais relevantes, a partir da observação do *corpus*, para a análise dos comentários em questão.

3.1 O PERCURSO GERATIVO DE SENTIDO

A fundamentação teórico-metodológica desta pesquisa, conforme já esclarecido anteriormente, se encontra na teoria semiótica francesa a qual propõe um esquema de organização dos mecanismos de construção de sentido dos textos. Segundo Barros (1997, p. 7), “a semiótica tem por objeto o texto, ou melhor, procura descrever e explicar *o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz*”. Em vista disso, é importante destacar, inicialmente, que a noção de texto para a semiótica é bastante abrangente e compreende diferentes planos de expressão: tanto o texto linguístico, oral ou escrito (um romance, uma aula, uma notícia de jornal), quanto o texto visual (uma foto, uma pintura, uma dança), assim como uma mistura de mais de uma expressão textual (um anúncio publicitário, um filme, uma história em quadrinhos). Cabe entender que embora os textos tenham características individuais, eles seguem uma lógica geral com *níveis de abstração de sentido* comuns a todos eles, ou seja, a semiótica considera o texto em sua totalidade de sentido e em seus diferentes níveis de abstração do conteúdo.

Com base nesse princípio, a teoria greimasiana analisa o plano do conteúdo de um texto a partir do que chama de *percurso gerativo de sentido*, o qual concebe o texto em três níveis de abstração, do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto. São eles: o nível fundamental, o nível narrativo e o nível discursivo. Dentre os três níveis será dado maior ênfase ao último, pois é a partir do ponto de vista do nível discursivo que a semiótica compreende a *argumentação*, foco de nossa análise. No entanto, é indispensável um breve detalhamento dos demais níveis de abstração que compreendem o percurso para melhor sustentação e compreensão da teoria semiótica.

No *nível fundamental*, aquele de maior abstração, ocorre uma oposição entre dois termos gerais e essenciais que possuem uma mesma relação semântica – por exemplo, /liberdade/ vs. /opressão/ – sendo um termo tido como *eufórico*, ou seja, de valor positivo, e o outro *disfórico*, com valor negativo, conforme estabelecido no texto. Esses termos opostos possuem uma relação de contrariedade em que um pressupõe o outro; se se aplicar uma operação de negação a cada um dos contrários, obtêm-se dois contraditórios: no nosso exemplo, /não liberdade/ e /não opressão/, esses outros dois contrários recebem o nome de *subcontrários* (FIORIN, 2016, p. 22). Além das relações mencionadas, ainda no nível das estruturas fundamentais, ocorrem duas operações: a *negação* e a *asserção*, ou seja, dada uma categoria tal que *liberdade* vs.

opressão, ao longo do texto se estabelece a afirmação da *liberdade*, a negação da *liberdade* e a afirmação da *opressão*.

No segundo patamar do percurso gerativo de sentido está o *nível narrativo*. Nele, as categorias fundamentais descritas acima são convertidas e assumidas como valores por um sujeito e circulam entre sujeitos. Antes, porém, não se pode confundir *narração* e *narratividade*. A primeira corresponde à própria tipologia textual caracterizada pelo emprego de certos tempos verbais, como o pretérito perfeito, e pelos elementos que representam a trama, predominante nos gêneros textuais como romances, contos, notícias jornalísticas etc. Já a narratividade, por sua vez, é uma estrutura abstrata própria de todos os tipos e gêneros textuais que permite ser enquadrada no nível intermediário de geração dos sentidos.

Tratemos, agora, das estruturas que compõem o nível narrativo. Cabe ressaltar que nesse nível há dois tipos de enunciados: o *enunciado de estado*, no qual ocorre uma relação de *conjunção* (aquisição / assunção) ou *disjunção* (privação / perda) de um *sujeito* – não necessariamente identificado como um ser humano no texto, mas sim correspondente a papéis narrativos e, principalmente, a um *fazer* – com um *objeto de valor* – por exemplo: liberdade, autonomia, bens materiais, etc. –; e há também o *enunciado de fazer*, no qual ocorrem as transformações, ou seja, a passagem de um estado inicial a um estado final por meio do fazer de um sujeito. Os valores inscritos nos objetos a que o sujeito pode entrar em *conjunção* podem ser descritivos ou modais. Os valores descritivos correspondem aos valores finais buscados pelos sujeitos. Os valores modais correspondem às condições para a realização da ação: o *crer*, *querer*, *dever*, *poder* e *saber fazer*, necessários para que ela ocorra.

Nesse nível, estão as quatro fases que compreendem os percursos narrativos, surgidos do encadeamento lógico dos programas narrativos (constituídos, por sua vez, de enunciados de *fazer* e *ser*, explicados anteriormente), estruturadas pela sequência canônica: *manipulação*, *competência*, *performance* e *sanção*. A *manipulação* é o estágio das motivações para a ação em que um sujeito chamado *destinador* manipula o outro, chamado *destinatário*, para levá-lo a *querer* e/ou *dever* fazer alguma coisa. É no estágio da *competência* que o sujeito que vai realizar a transformação central da narrativa adquire um *saber* e um *poder* necessários para a ação se realizar. Conforme colocado por Barros,

O destinador-manipulador é a fonte dos valores, ou melhor, é quem determina os valores que serão visados pelo sujeito ou o valor dos valores — competência semântica do sujeito — e quem dota o sujeito dos valores modais necessários ao fazer — competência modal do sujeito. Manipulação e competência são correlativos, ou seja, são pontos de vista diferentes sobre o programa de aquisição por doação. Na manipulação, adota-se a perspectiva do

sujeito do fazer; na competência, a do sujeito do estado que “recebe” os valores modais (BARROS, 2002, p. 36 - 37).

A *performance* é a fase da ação ou transformação de estado na qual o sujeito age e entra em conjunção com o objeto-valor. Já na última fase, a *sanção*, ocorre a constatação de que a performance se realizou (ou não) e onde também pode ocorrer o julgamento do sujeito por meio de prêmios ou castigos.

Finalmente, temos o nível discursivo, onde se insere a argumentação – que será discutida mais adiante – e onde estão também os termos de maior concretude no percurso gerativo de sentido. São esses os elementos pertencentes à camada mais superficial de um texto, aquilo que está visivelmente expresso por meio das estruturas que compõem discursivamente o texto. É, então, a partir da sintaxe e da semântica discursiva que um sujeito da enunciação discursiviza os esquemas narrativos anteriormente observados. O nível discursivo, portanto, abarca o problema da enunciação e, assim como os níveis anteriores, comporta uma sintaxe (diferentemente do âmbito gramatical) e uma semântica.

A *sintaxe* observa a projeção das categorias de tempo, espaço e pessoa da *enunciação* (ato de produção do discurso) no *enunciado* (produto da enunciação), a que a teoria denomina *debreagem*. Essa pode ser *enunciativa*, se há a projeção da pessoa, espaço e tempo da enunciação (um *eu*, *aqui*, *agora*), criando efeito de subjetividade; e *enunciva*, se há a debreagem de pessoa, tempo e espaço do enunciado (um *ele*, *então*, *alhures*), produzindo efeito de objetividade. Já a *semântica* discursiva concretiza as mudanças de estado e actantes do nível narrativo por meio dos *temas* e *figuras*, a partir dos quais podemos compreender o conjunto de ideias que formam o texto. As figuras são termos que referenciam o mundo natural (ou criado pelo discurso) e os temas, termos de caráter conceptual que categorizam os elementos do mundo natural. De acordo com Fiorin,

a oposição entre tema e figura remete, em princípio, à oposição abstrato/concreto. No entanto, é preciso ter em mente que concreto e abstrato não são termos polares que se opõem de maneira absoluta, mas constituem um *continuum* em que se vai, de maneira gradual, do mais abstrato ao mais concreto (FIORIN, 2016, p. 91).

3.2 A INTERAÇÃO ENUNCIATIVA E ARGUMENTAÇÃO

Para o estudo da argumentação, é fundamental que nos aprofundemos na sintaxe discursiva, referente ao último nível abordado dentro do percurso gerativo. Parte constituinte dessa sintaxe, a enunciação consiste na produção de um discurso, isso significa que a

enunciação é o ato de dizer. Dessa forma, se há uma enunciação, a ação de produzir um discurso, há também um actante discursivo que enuncia, a quem a semiótica chama de sujeito enunciador. O enunciador, por sua vez, faz escolhas de tempo, espaço e pessoa (manifestados por meio de elementos lexicais, verbais, sintáticos ou semânticos) que buscam projetar o efeito de sentido desejado no discurso-enunciado. Desse modo, o enunciado é, portanto, o produto da enunciação, ou seja, o dito, o lugar onde se explicita, por meio dos mecanismos selecionados, aquilo que se quer dizer. Essa operação de projeção das categorias de pessoa, tempo e espaço da enunciação no enunciado recebe o nome de *debreagem*, como já dissemos. No entanto, a ação enunciativa não se constitui apenas de um enunciador que enuncia um enunciado, mas de um *enunciador* que enuncia um enunciado tendo em vista um *enunciatário*, o que nos implica dizer que existem dois actantes que constituem o sujeito da enunciação. De tal modo que as escolhas feitas pelo enunciador na construção do enunciado sejam diferentes ao levar em consideração o seu enunciatário. Assim, é possível concluir que “estudar as projeções da enunciação é, por conseguinte, verificar quais são os procedimentos utilizados para constituir o discurso e quais os efeitos de sentido fabricados pelos mecanismos escolhidos” (BARROS, 2008, p. 54).

Observemos, portanto, as categorias projetadas pela enunciação com maior atenção. É importante que haja uma distinção, uma espécie de desmembramento, entre a pessoa, o tempo e o espaço da enunciação e a pessoa, o tempo e o espaço projetados no enunciado. A título de exemplificação, consideremos a categoria de pessoa – uma vez que “a enunciação é o lugar de instauração do sujeito e este é o ponto de referência das relações espaço-temporais” (FIORIN, 2005, p. 42).

Um enunciador pode afirmar a seguinte frase: “o céu é azul”; no entanto, não existem marcas no interior do enunciado do *eu* que o enunciou, logo, existe um *eu pressuposto* desse enunciado. Entretanto, há, também, a possibilidade do enunciador inscrever o próprio ato de dizer no enunciado, sendo assim, pode-se afirmar: “eu digo que o céu é azul”. De forma que, além do próprio *eu pressuposto* da enunciação, exista um *eu projetado* no enunciado – além da projeção do ato de dizer – e, ainda assim, haverá uma instância pressuposta que terá produzido tal enunciado: “Eu digo (eu digo que o céu é azul)”. A este modo de construção do enunciado, a teoria denomina *enunciação enunciada*: quando o elemento da enunciação é projetado no interior do enunciado. Já no primeiro exemplo, onde não ocorre a inscrição da enunciação no enunciado – “o céu é azul” –, há a construção de um *enunciado enunciado*. No entanto, é possível, também, a instauração de um terceiro *eu* dentro da instância enunciativa além do *eu pressuposto* e do *eu projetado* como narrador. É o que ocorre no seguinte enunciado: “João me

disse: – para mim, o céu é azul”. Ora, os oblíquos tônico e átono do enunciado não são correlatos, pois o tônico se refere ao personagem João enquanto que o átono, ao narrador. Desta maneira, percebemos a distinção entre as três instâncias do *eu* no simulacro enunciativo, são elas: o *eu* pressuposto que será chamado enunciador, o *eu* projetado, chamado narrador e o *eu* personagem, denominado interlocutor.

No entanto, em se tratando de interação enunciativa, não se pode dispensar a instância do *tu*, conforme apontado por Fiorin, em seu fundamental “Elementos de análise do discurso”:

Como a cada *eu* corresponde um *tu*, há um *tu* pressuposto, o enunciatário, e um *tu* projetado no interior do enunciado, o narratário. Além disso, o narrador pode dar a palavra a personagens, que falam em discurso direto, instaurando-se então como *eu* e estabelecendo aqueles com quem falam como *tu*. Nesse nível, temos o interlocutor e o interlocutário (FIORIN, 2016, p. 56).

A respeito das devidas considerações realizadas ao longo desta sessão com relação à debragem actancial e a interação enunciativa, entendemos e concluímos, a partir de Greimas e Courtés (2008, p. 171) que “o primeiro nível da enunciação tem como actantes o enunciador e o enunciatário. Esse primeiro nível é o da enunciação considerada como o quadro implícito e logicamente pressuposto pela própria existência do enunciado”. Apoiado em Greimas e Courtés, Fiorin afirma que “o segundo nível da hierarquia enunciativa é o do destinador e do destinatário instalados no enunciado. Trata-se, nesse caso, dos actantes da enunciação enunciada, chamados narrador e narratário. São sujeitos diretamente delegados do enunciador e do enunciatário” (FIORIN, 2005, p. 65). Por fim, o mesmo autor nos esclarece que

O terceiro nível da hierarquia enunciativa instala-se, quando o narrador dá voz a um actante do enunciado, operando uma debragem de segundo grau. Surgem actantes de enunciação instalados por uma debragem interna, que instaura um diálogo. Como este é um simulacro da estrutura da comunicação criado no interior do discurso, pressupõe os dois actantes da comunicação, o destinador e o destinatário, que, nesse nível, são chamados interlocutor e interlocutário (GREIMAS; COURTÈS, 1979, p. 81).

Quanto às categorias de tempo e espaço, Fiorin afirma que elas se organizam em torno do “sujeito”, pois o tomam como ponto de referência. “Assim, espaço e tempo estão na dependência do *eu*, que neles se enuncia. O *aqui* é o espaço do *eu* e o presente é o tempo em que coincidem o momento do evento descrito e o ato de enunciação que o descreve.” (FIORIN, 2005, p. 42). E é a partir desses dois elementos, o *aqui* e o *agora*, que as demais relações espaço-temporais são organizadas. Assim, compreende-se que a enunciação é uma instância do *eu-aqui-agora*. De acordo com Fiorin (2016), ao movimento de projeção no enunciado do *eu-aqui-agora* da enunciação – ou seja, a instalação dos actantes enunciativos *eu/tu*, o espaço enunciativo do *aqui* e o tempo enunciativo do presente, por exemplo – a semiótica denomina *debragem enunciativa*. Já quando se constrói no enunciado uma instância do *ele-ahures-então*

e os actantes, espaços e tempos da enunciação são omitidos, temos a chamada *debreagem enunciva*.

Além disso, com base nas noções da narratividade (no caso das projeções actanciais) que, conforme será aprofundado mais adiante, apesar de ter sido mencionado anteriormente, é, em certa medida, fundamental para a compreensão da argumentação para a semiótica, tem-se a contribuição de Bertrand (2003). O autor afirma que a instauração do ponto de vista de um narrador, que, por sua vez, instala um observador,

é determinado pelo jogo das posições enunciativas, segundo as posições graduais de *debreagem* e *embreagem*. Ele (*o ponto de vista*) é determinado pela relação modal instaurada entre o sujeito do discurso e seu objeto, e não, como dá entender a primeira acepção do termo, pelo sujeito sozinho, identificado como um centro de orientação. É determinado pelas estratégias de estruturação que selecionam e orientam os percursos e, particularmente, as relações entre o todo e as partes. (BERTRAND, 2003, p. 118, grifo nosso).

Bertrand (2003, p. 113) ainda declara que independente da dimensão da qual se trata o enunciado, ele sempre estará subordinado à orientação de um ponto de vista. Isso se evidencia quando – ao retornarmos à questão das escolhas que o narrador faz para construir e direcionar o discurso e o percurso narrativo em busca da conjunção ou disjunção com os objetos de valor presentes no texto – percebemos que cada uma dessas seleções realizadas pelo narrador (seja uma escolha vocabular, uma pontuação, uso de figuras de linguagem, etc.) deixa marcas no texto que indicam, instalam e manifestam discursivamente, de modo consciente ou não, o ponto de vista do sujeito observador.

Vale também discutir, ainda que brevemente, a questão dos papéis do narrador e do observador que correspondem a essa narratividade comum a todos os textos. A pesquisadora Marcia Cabral, em tese sobre a “Semiótica e argumentação: análise das obras de literatura infantil de Sylvia Orthof” (2017) apoia-se nos estudos de Fiorin (2005) sobre a categoria de pessoa, e nos mostra, a respeito do papel do narrador, que ele

(...) é o actante da enunciação responsável pela dimensão pragmática do discurso, considerando que é dele a responsabilidade de organizar as articulações da narração, ou seja, relatar a história como um todo, assumindo determinadas funções na narrativa, como a função ideológica, o direcionamento, a atestação da veracidade dos fatos e a comunicação (CABRAL, 2017, p. 104).

Assim, considerando essas observações ao lado das de Bertrand (2003), já mencionadas no que se refere a inevitável instauração de um ponto de vista nos discursos, entende-se que o papel do observador é instalar esse ponto de vista a partir do foco narrativo que, de acordo com os apontamentos de Fiorin (2005, p. 108 - 110), se subdivide em dois tipos: aqueles de focalização parcial e aqueles de focalização total. O observador com focalização parcial se

desdobra, segundo Fiorin, em: a) interno, quando a cena é compreendida a partir do ponto de vista de um actante da narrativa – restrito a um personagem –; b) externo, quando se desconhece o íntimo dos personagens e focaliza-se na exterioridade da cena. Em contrapartida, o observador com focalização total, “isto é, nem exterior ao íntimo das personagens nem interior a *uma delas*”, é onisciente e, portanto, “sabe mais que as personagens, conhece os sentimentos e os pensamentos de cada uma delas”.

Em vista dos apontamentos supracitados com relação à interação enunciativa, resta entender, ainda, de forma mais aprofundada, outros aspectos decorrentes dessas relações entre enunciador e enunciatário estabelecidas *no e pelo* discurso e que, em muito, se relacionam ao modo como a argumentatividade é construída nos enunciados. Dentre esses aspectos, principalmente a partir dos conceitos norteadores descritos por Greimas (2014) em *Sobre os Sentidos II: Ensaios semióticos*, a semiótica francesa aborda a noção de que existe um acordo entre os dois atores que constituem o sujeito da enunciação o qual está circunscrito nos conceitos de contrato fiduciário e contrato de veridicção, esclarecidos no item abaixo.

3.2.1. Contrato fiduciário e de veridicção

Lopes e Bevidas (2007) argumentam que o estudo do *fazer persuasivo* sob a perspectiva da semiótica francesa foi inicialmente sistematizado com base na leitura greimasiana das pesquisas de Propp, como um programa de manipulação. Por isso, faz-se importante retomar os conceitos a respeito do nível narrativo do percurso gerador de sentidos, brevemente abordado no início deste capítulo (Ver 3.1, p. 24), para entendermos como as relações dentro do programa de manipulação corroboram no estudo da argumentação. Barros (2002, p. 37) nos diz com relação a esse programa (de manipulação) que nele ocorre um percurso do destinador-manipulador o qual é constituído de um programa de doação de competência semântica e modal ao destinatário.

A competência semântica, de que fala Barros (2002), é entendida como um *contrato fiduciário*, ou seja, uma espécie de contrato estabelecido pelo destinador que visa à adesão do destinatário, dado o fazer persuasivo de seu discurso. Assim, o destinador tem o papel de *fazer* o destinatário *crer*, ao executar seu fazer interpretativo, *ser verdadeiro* tanto o discurso produzido por ele quanto o próprio destinador. Barros (2002, p. 37) afirma que “há estreita vinculação entre a confiança e a crença, o que permite falar em contrato fiduciário. A confiança entre os homens fundamenta a confiança nas palavras deles sobre as coisas e o mundo e,

finalmente, a confiança ou a crença nas coisas e no mundo.”. Desta forma, o contrato fiduciário pressupõe uma relação de confiança do destinatário/leitor em relação às palavras do destinador/autor.

Na mesma direção, com relação ao fazer interpretativo que se realiza em cima da proposta feita pelo destinador ao estipular o acordo, Barros (2019) conclui que cabe ao destinatário

(...) determinar se o destinador parece e é confiável, ou se ele parece mas não é, não parece mas é, nem parece e nem é. O mesmo acontecerá com os valores, que serão, a partir daí, ditos verdadeiros (parecem e são desejados ou temidos), falsos (nem parece e nem são), mentirosos (parecem, mas não são) e secretos (não parecem, mas são) (...) (BARROS, 2019, p. 199).

As modalizações do *ser* e *parecer* descritas acima por Barros (2019), denominam-se modalidades veridictórias as quais determinam se os sujeitos, suas ações e seus valores são ou não verdadeiros. Com relação à atribuição do *status* de verdade aos textos, o precursor da semiótica francesa, Greimas (2014, p. 118), ao tratar do contrato de veridicção, evoca a questão levantada por Lotman sobre a mudança avaliativa que os textos sofrem ao serem (re)inseridos em diferentes contextos socioculturais e históricos e afirma que “tal interpretação supõe que um texto, considerado em si, é uma invariante passível de receber leituras múltiplas devido às mudanças extratextuais ocorridas na instância do enunciatário” (GREIMAS, 2014, p. 118).

A partir disso, Greimas (2014, p. 118), com base, também, na “teoria da *linguagem de conotação* hjelmsleviana”, observa que ainda assim determinadas leituras são recusáveis. Com isso, o teórico passa a justificar, restringir e definir as possibilidades de leituras diversas a partir da noção de *isotopia* que é definida, nas palavras de Fiorin (2016, p. 112 - 133), como “a recorrência de um dado traço semântico ao longo de um texto.” Portanto, Fiorin (2016, p. 113) conclui que “(...) para o leitor, a isotopia oferece um plano de leitura, determina um modo de ler o texto” e acrescenta que “a recorrência de traços semânticos estabelece a leitura que deve ser feita do texto. Essa leitura não provém da fantasia do leitor, mas está inscrita no texto”.

Por conta da isotopia de leituras pensada por Greimas (2014) e reforçadas em Fiorin (2016), dos modalizadores discursivos do *ser* e *parecer* discutidos em Barros (2019) e na asserção de Greimas (2014, p. 122) de que no contexto cultural atual o que é esperado são discursos que gerem o “efeito de sentido” de verdade e não de fato que o sujeito da enunciação produza um discurso genuinamente verdadeiro, é possível concluir que a produção da *verdade* consiste no exercício de um fazer (por parte do enunciator/destinador, em retomada a discursividade e a narratividade semiótica) específico: o *fazer-parecer-verdadeiro*. Assim, entendemos que o discurso verdadeiro não tem, portanto, um compromisso em dizer a verdade

mas sim o de simular que está dizendo a verdade. Por isso, esse discurso é modalizado pelo *parecer* e não mais pelo *ser*, o qual, antes de tudo, objetiva a adesão do destinatário no jogo fiduciário. Entretanto, Greimas (2014) nos adverte e recorda que

Tal adesão, por sua vez, só pode ser obtida se corresponder à sua expectativa; ou seja, a construção do simulacro da verdade é fortemente condicionada não diretamente pelo universo axiológico do destinatário, mas pela representação que dele fizer o destinador, artífice de toda manipulação e responsável pelo sucesso ou fracasso de seu discurso (GREIMAS, 2014, p. 122).

Diana Luz Pessoa de Barros (1997, p. 55) também reconhece, “partindo do princípio de que todo discurso procura persuadir seu destinatário de que é verdadeiro (ou falso)”, que “os mecanismos discursivos têm, em última análise, por finalidade criar a ilusão de verdade”. A confiança, portanto, se estabelece quando o destinador/enunciador articula o enunciado a partir de mecanismos estratégicos de tal modo que o destinatário acredite na verdade do discurso produzido. Com isso, existem estratégias que irão contribuir mais ou menos para a criação desses efeitos veridictórios e, conseqüentemente, levar (ou não) à adesão por parte do destinatário/leitor ao contrato fiduciário proposto dentro do simulacro enunciativo.

Essencialmente, conforme Teixeira (2001, p. 4) nos recorda, temos os efeitos de proximidade e distanciamento que, por consequência, se desdobram em um efeito de subjetividade e objetividade discursivas, respectivamente. A subjetividade, em geral, ocorre na projeção da primeira pessoa, a partir da debreagem enunciativa, como acontece, frequentemente, em textos literário/poéticos ou em comentários opinativos. Enquanto o oposto, isto é, a debreagem enunciativa, quando ocorre o emprego da terceira pessoa, do tempo do *então* e o do espaço do *lá*, cria um efeito de objetividade, conforme observado nas notícias jornalísticas, por exemplo. Entretanto, há uma gradação de um polo a outro que pode ser identificada a partir das escolhas figurativas e temáticas e do jogo de vozes no discurso. Nas palavras de Lopes e Beividas (2007),

Tais atos, quando bem-sucedidos, levam, do ponto de vista do sujeito-enunciatário, à *adesão*, que poderíamos entender *fiduciária* (em variados graus), isto é, levam-no a *crer/não crer* (em diferentes proporções, do fanatismo incondicional ao ceticismo crônico, passando pelos intermediários da dúvida, da incerteza, da probabilidade etc.). E do ponto de vista do eixo da comunicação, a questão agora não será mais a de uma simples “função referencial” ou “função conativa”, jakobsonianas, e sim a do desdobramento imenso de um fazer persuasivo que pede a contrapartida como fazer interpretativo (LOPES; BEIVIDAS, 2007, p. 35).

Ainda dentro do programa da manipulação recursivamente aplicado à interação enunciativa, temos a competência modal que é uma atribuição ao sujeito na qual o manipulador o transforma e o *faz fazer* algo. Assim, motivado pelo *fazer persuasivo* do destinador, o sujeito destinatário é levado a um *querer/dever fazer*. Greimas (2014, p. 127 - 129) no texto “O *saber*

e o *crer*: um único universo cognitivo” (grifo nosso) reitera sobre os modalizadores grifados que, para a semiótica, o *saber* e o *crer* são entendidos como parte do mesmo universo cognitivo e, portanto, ainda que se entenda o *fazer persuasivo* como um *fazer saber* ele é, primeiramente, um *fazer crer*.

Sob o mesmo embasamento teórico, em Greimas (2014), Lopes e Bevidas (2007) apontam que

A interpretação mais sensata, diante disso, é mesmo a de conceber um jogo elástico de expansão e contração dos dois dispositivos, *crer* e *saber*: à medida que aumenta a *tensão* entre os dois, eles como que se cindem em posições *polares* e, na medida em que se distendem, vão tacitamente se compondo até, no limite, chegarem a confundir-se (LOPES; BEVIDAS, 2007, p. 35 - 36).

Ao lado dos referidos autores, Fiorin (2008), ao tratar da modalização, também apoiado em Greimas (2014), afirma que

a distinção entre a adesão fiduciária, regida pelo *crer*, e a adesão lógica, comandada pelo *saber*, é o estabelecimento de uma separação entre dois tipos de racionalidade, que se confundem, se misturam, se entrecruzam na interpretação, quando aparecem situações, (...) de verdade ou falsidade das certezas, de dúvida da verdade, etc. (FIORIN, 2008, p. 118).

No entanto, ao tratar do *crer* e do *saber* em estudo sobre a paixão da ingenuidade sob a perspectiva da semiótica tensiva e a partir do confronto com outras paixões, Cruz (2008, p. 2) diz que “a ingenuidade nasce, portanto, de uma combinação especial das modalidades do *crer* e do *saber*: a primeira, demasiada; a segunda, escassa. Assim, a evolução de ambas seria inversamente proporcional: quanto menor o *saber*, maior o *crer*.”. A partir das definições trazidas pelos dicionários sobre as paixões do “fanático” e do “ingênuo”, o autor traça dentre as modalidades (o *crer* e o *saber*) quais apresentam, com base na semiótica tensiva, maior ou menor grau de extensidade e intensidade para cada uma das paixões. Conclui, portanto, que

embora tanto o *crer* do fanático quanto o do ingênuo sejam excessivos, o excesso se deve, no primeiro caso, à intensidade e, no segundo, à extensidade. O fanático tem um *crer* intenso que reduz seu campo de presença, o torna pouco extenso e faz com que raros sejam os objetos de *saber* visados e poucos aqueles nos quais ele crê. Por outro lado, o *crer* do ingênuo é extenso, por isso ele tende a capturar ou apreender tudo o que lhe dizem, passando a ter como suas crenças que até então não o eram. Em contrapartida, sua ligação é átona, pouco intensa. O *crer* intenso do fanático o leva a executar operações de triagem, que o fazem dedicar-se a poucas crenças, ao passo que o *crer* extenso do ingênuo o induz a realizar operações de mistura, em que predominam valores de universo, pois, conforme foi dito, ele tende a *crer* em tudo que lhe dizem (CRUZ, 2008, p. 3).

Este estudo nos ajuda perceber como as modalidades do *crer* e do *saber* (imprescindíveis no *fazer persuasivo*), embora façam parte do mesmo universo cognitivo conforme afirmou Greimas (2014, p. 127 - 129), podem entrar em relação de oposição quando

assumidas por um sujeito revestido da passionalidade do ingênuo, por exemplo. Além disso, Cruz (2008) aponta onde se encontra a falha do ingênuo no jogo persuasivo. Observemos o trecho a seguir:

A confiança do ingênuo é excessiva não exatamente porque desconheça algo mas porque não sabe algo que deveria ser cabalmente conhecido por ele – ao menos no entendimento de um terceiro sujeito observador, que julga que ele não teve a competência necessária para realizar seu fazer interpretativo – e não a teve por não dispor de determinado saber (CRUZ, 2008, p. 4).

Dado o exposto acima, entendemos que não é que o manipulador, ao exercer seu *fazer persuasivo*, tenha falhado na missão de *fazer* o manipulado *crer*; mas que, no caso do sujeito coberto pela paixão da ingenuidade, ele já não detinha o *saber* (tido como “óbvio”) necessário para que identificasse os artifícios que o levariam a desmascarar o manipulador no exercer de seu *fazer interpretativo*, conforme reforçado pelo trecho abaixo:

Ora, não se pode qualificar de ingênuo aquele que se deixa levar por argumentos que pareciam sólidos e verdadeiros sob vários pontos de vista, mas que, ao final, mostraram-se falaciosos. Nesse caso, o convencimento seria devido à habilidade do fazer do sujeito da persuasão e não à *bisonhice* daquele que exerce o fazer interpretativo (CRUZ, 2008, p. 5, grifo nosso).

Por fim, Cruz (2008, p.6) compreende que “o que torna o sujeito ingênuo não é tanto sua disjunção com a natureza epistemológica de um fato (ser ou não ser), mas com uma competência para interpretar o contrato veridictório que lhe é proposto”.

Ao traduzir os elementos modais acima discutidos dentro da ótica narrativa e considerar os acordos fiduciários e veridictórios tratados, é possível concluir que, segundo Barros (2002), o enunciador não produz, necessariamente, discursos verdadeiros ou falsos; mas discursos que *parecem ser* verdadeiros ou falsos, pois o que se cria são apenas efeitos de verdade ou falsidade, assim como já evidenciado por Greimas (2014). Só, então, quando o *sujeito-manipulado* em seu *fazer interpretativo* reconhece – quando o *sujeito-manipulador*, no âmbito da competência, doa por meio dos recursos discursivos um *saber* e/ou *poder fazer* – os rastros veridictórios no discurso do outro é que ele, o manipulado, é revestido das modalidades do *querer/dever fazer* e do *crer*, que os leva a agir e sancionar tal discurso como verdadeiro ou não. Conclui-se, portanto, conforme as palavras de Barros (2002, p. 38) que esse “percurso do destinador-manipulador pode ser desmembrado em três etapas: o contrato fiduciário, em que é estabelecido um mínimo de confiança; o espaço cognitivo da persuasão e da interpretação; a aceitação ou recusa do contrato”.

3.2.2. As relações argumentativas

É importante dizer que dado o fato da argumentação estar nas escolhas linguísticas estratégicas que enunciador se utiliza com a finalidade de convencer seu enunciatário, entendemos que os discursos são, todos eles, constituintes de uma instância argumentativa, uma vez que o *fazer crer* é o fim último de qualquer discurso. O que já nos faz abandonar a comum ideia de uma distinção entre discursos argumentativos e não argumentativos conforme nos alerta Fiorin (2016, p. 75).

Para atingir tal objetivo comum a todos os discursos, Teixeira (2001, p. 1) retoma as contribuições de Barros (2002) e nos diz que o enunciador pode se utilizar de três procedimentos ao “manipular” o enunciatário: apresentar conteúdos implícitos e explícitos, lançar mão de atos ilocucionais com fins perlocucionais e, também, servir-se de procedimentos argumentativos propriamente ditos. Esses três procedimentos se confundem no fazer persuasivo e constituem a argumentação *lato sensu*.

Examinemos, portanto, cada um desses procedimentos relacionados aos fatos da enunciação com o auxílio dos estudos da pragmática e da semântica da enunciação, conforme orientado por Barros (2002, p. 49 - 50). Uma estratégia possível a partir dos itens linguísticos é a do enunciador jogar com conteúdos implícitos e explícitos, aos quais Ducrot (1969, 1977) irá, inicialmente, distinguir em pressupostos e subentendidos.

A pressuposição ocorre quando um conteúdo é veiculado como se fosse compartilhado pelos actantes enunciativos e o enunciador se compromete não só com o dito, mas também com o implícito colocado em pressuposição, pois não se pode negar o pressuposto uma vez que quando essa recusa ocorre, instaura-se uma polêmica. Além disso, pode-se colocar como pressuposto uma informação nova, desconhecida para o enunciatário, mas que por estar pressuposta cria a ilusão de que tal informação já era aceita pelo interlocutor.

Os subentendidos de um enunciado, por sua vez, estão diretamente relacionados com a situação comunicativa na qual os actantes da enunciação estão inseridos e, ao contrário dos pressupostos, o enunciador não se compromete com o implícito subentendido, de modo que a responsabilidade é deixada por conta do fazer interpretativo do enunciatário/ouvinte. Nas palavras de Barros (2002, p. 102), “o subentendido é uma opção de organização do discurso, que se oferece ao enunciador, e que leva o enunciatário a interpretar o discurso da forma que o enunciador pretende”.

Outra estratégia é o recurso dos atos ilocucionais para atingir fins perlocucionais. Entende-se como ato ilocucional aquele que se realiza pelo ato de dizer. Por exemplo, ao enunciar “Eu prometo que irei lhe pagar” o próprio uso do verbo *prometer* inscrito no enunciado constitui na ação de prometer, isto é, a promessa se realiza a partir do momento em que se enunciam tais palavras. Ainda com base em Ducrot, Barros (2002, p. 105) nos alerta que “todo ato ilocucional apresenta-se, dessa forma, como uma qualificação do sujeito da enunciação. A determinação da ilocução permite caracterizar o sujeito da enunciação por seus atos de linguagem, cuja escolha é bastante marcada do ponto de vista sócio-cultural.”

Já os atos perlocucionais são entendidos como os resultados, as consequências, dos atos ilocucionais. Entende-se: a maneira como um enunciatário (re)age, sente, ou pensa em face do ato ilocucional performado no discurso. Retomando o exemplo, diante de uma promessa é esperado que o ouvinte *acredite* e *confie* nela, esses verbos, portanto, caracterizam o ato perlocucional do enunciatário.

Por fim, a argumentação propriamente dita está em muito relacionada ao que já foi abordado a respeito dos acordos pré-estabelecidos na relação entre enunciador e enunciatário. De acordo com Teixeira (2001, p. 5 - 7), a crença que leva à adesão é produzida por meio das escolhas temáticas e figurativas que preenchem os papéis de um actante e de outro e que os ancoram num determinado espaço e tempo específico. O preenchimento figurativo e temático transformam actantes em atores, possibilitando a produção de um programa de narrativização da enunciação no discurso.

Ao citar Fontanille (1993), a autora discute que quem garante a expectativa e a adesão inicial ao discurso é a práxis enunciativa, pois é ela quem naturaliza determinados mecanismos argumentativos e discursivos. Já a paixão, que também confere certa força argumentativa ao discurso, segundo Teixeira (2001, p. 7 - 8), busca sensibilizar o outro e estabelecer uma conexão com o leitor/espectador e, geralmente, cria um efeito de pessoalidade e subjetividade que, em diferentes contextos discursivos, pode estabelecer maior força argumentativa ou menor. No que diz respeito à análise argumentativa, a autora conclui que

para além de mapear as projeções de pessoa, tempo e espaço, com seus preenchimentos figurativos e suas relações temáticas, [a análise] deverá estar atenta tanto à práxis enunciativa que marca a previsibilidade dos discursos, quanto às paixões que desestabilizam as expectativas (TEIXEIRA, 2001, p. 8 – 9, grifo nosso).

Em suma, essa relação na qual o enunciatário é convencido, ou seja, levado a um *fazer crer*, quando o enunciador bem-sucedido seleciona os devidos recursos argumentativos capazes

de direcionar o leitor ao efeito de sentido proposto *no* e *pelo* discurso, é entendida como uma relação argumentativa.

3.2.3. Recursos argumentativos

Os recursos argumentativos ressaltados no *corpus* são diversos. Existem duas instâncias que abarcam tais recursos, uma é a da sintaxe discursiva que está relacionada à interação enunciativa, isto é, às relações entre enunciação e enunciado; a outra é a da semântica discursiva que irá tratar da combinação semântica de figuras e temas, por exemplo.

Dentre os recursos relativos à sintaxe, temos a ironia ou antífrase que, de acordo com Fiorin (2016, p. 79), com base na retórica, ocorre quando se afirma um conteúdo no enunciado, mas na enunciação se nega, ao afirmar seu contrário. Como, por exemplo, no comentário abaixo, retirado do *corpus*:

2.

Jefferson Junior Flintz Galvão Ramirez 3 meses atrás
@bulasha que diagnóstico bonito! Vc tbm é coaching?

Nele, afirma-se no enunciado que o diagnóstico feito por outro comentarista é “bonito” e reforça-se tal avaliação ao deduzir que quem o fez também seja *coach*, a partir da pergunta “Vc tbm é coaching?”. No entanto, ao observar outro comentário do mesmo interlocutor percebe-se que sua sanção sobre o coach é negativa e não positiva, conforme o exemplo abaixo:

3.

Jefferson Junior Flintz Galvão Ramirez 3 meses atrás

@Luciano Ferreira Ela disse que entender as necessidades das pessoas, que é essencial na profissão dela, é independente do consumo, do mundo corporativo e td mais. Até pq ela disse algumas vezes "entender o que a pessoa precisa e não dar o que ela quer". Não precisa distorcer o que ela disse e misturar com o pensamento político que ela parece ter. E ela tem td direito de se sentir incomodada por uma profissão que pode se confundir com a dela em descrição e ao mesmo tempo não ter necessariamente o mesmo rigor de atuação. E ela não foi realmente desrespeitosa, parece que ela estava se segurando pra não ser debochada e tentando entender de fato o que o Carlos via na profissão dele e se ele valorizava a ética na profissão. Parece que ela de fato estava testando ele e sendo cética.

Por isso, a enunciação enunciada do primeiro comentário nega a valoração positiva em relação ao “diagnóstico” do interlocutário a quem se dirige, e faz com que todo seu enunciado seja lido

por outra isotopia de leitura na qual o interlocutor avalia negativamente tanto o “diagnóstico” quanto o “coaching”.

Além disso, Fiorin (2016, p. 81) fala também da lítotes e da preterição. A primeira ocorre quando se nega no enunciado certo conteúdo, mas se afirma na enunciação. Ao passo que a segunda, assemelha-se à ironia por também afirmar no enunciado e negar na enunciação, no entanto, a negativa ocorre de forma explícita e não implicitamente, como no caso da ironia.

Já dentre os recursos relativos à semântica, pode-se destacar o efeito de verdade criado a partir da congruência de uma isotopia, conforme o exemplo abaixo em que a repetição de figuras como “behaviorista”, “psicanalítica”, “gestalt” reforçam a temática da psicologia e, conseqüentemente a isotopia de que o enunciador entende do assunto, o que cria o efeito de que se está falando a verdade.

4.

ANDY 3 meses atrás

@Luciano Ferreira pra quem faz psicologia (nao sei se vc faz) é comum debater o preço para atender o paciente pois ainda é um serviço q nao chega a todos pelo preço, sobre as discordância ha muito pela linha q se escolhe, behaviorista, psicanalítica, gestalt e etc o q faz ter discordância no proprio nicho de psicólogo.

Além disso, outro recurso relacionado à semântica discursiva é a combinação de figuras e temas como ocorre na metáfora, por exemplo. No comentário abaixo, a partir do sobrenome da psicóloga (Caçador), o comentador estabelece uma metáfora entre a figura de uma “caçadora” e a atitude da psicóloga no vídeo, concretizando e intensificando a temática da “captura”, como se ela tivesse “capturado”, “caçado” o *coach* com sua postura questionadora.

5.

Nicolas Ariel I 3 meses atrás

Ela é caçadora mesmo ajjsnss

De maneira geral, podemos destacar como recursos argumentativos preponderantes na análise a partir da observação do *corpus*: a comicidade e a zombaria (por meio da ironia e do humor, por exemplo), a intertextualidade (quando os comentaristas referem-se direta ou indiretamente ao texto-vídeo e/ou fazem alusões a textos externos), as modalidades do ser que traduzem as paixões que retratam o estado dos sujeitos (podendo levar o destinatário/leitor a uma conjunção ou disjunção com os valores aos quais o destinador busca faze-lo crer) e os modos de desqualificação do sujeito e do discurso do outro.

Vale destacar que os recursos aqui mencionados estão em consonância com a recorrência com que apareceram nos discursos elaborados pelos comentaristas do vídeo publicado no canal *Spotniks*. Entretanto, é importante esclarecer que outros recursos não citados neste item foram identificados nos textos que constituem o *corpus* no decorrer da análise. Por isso, cabe dizer que os devidos recursos observados nos comentários, aqui listados ou não, serão devidamente mencionados e suas conceituações, tratadas e desenvolvidas na ocasião da análise.

4. ARGUMENTAÇÃO EM COMENTÁRIOS DE VÍDEO NA PLATAFORMA YOUTUBE: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Neste capítulo, procederemos à análise dos comentários do vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)”, observando os recursos argumentativos privilegiados por este ambiente de interação na internet, a partir da perspectiva teórico-metodológica da semiótica.

Primeiramente, explicitaremos como foi feita a coleta dos dados, considerando o volume de comentários que estão publicados a partir deste vídeo. Posteriormente, discutiremos a intertextualidade como recurso argumentativo que, neste caso, ocorre necessariamente, já que as interações tomam como base o texto do vídeo acima citado. Mais dois procedimentos se mostraram bastante profícuos: a desqualificação do discurso do sujeito e do sujeito, a mobilização afetiva do leitor/destinatário dos comentários e a produção de efeito de comicidade, sob a forma da ironia e do humor. Dada a dimensão própria do trabalho monográfico, apenas nos deteremos nesses recursos para contribuir para a descrição e compreensão desse gênero de discurso que circula pela internet.

4.1 METODOLOGIA

A quantidade de comentários que o vídeo do canal *Spotniks* “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)” recebeu foi bastante numerosa¹³. Por conta disso, fez-se necessário, para o recorte do *corpus*, que diferentes métodos fossem utilizados a fim de que se obtivesse um número representativo dessa totalidade de textos, para que o recorte realizado refletisse as características gerais dos comentários feitos ao vídeo.

Ao abrir o site do vídeo e observar os comentários, é possível perceber que a plataforma do YouTube coloca aqueles com mais interações (avaliações positivas ou negativas, e respostas) no topo do campo a eles destinado. Além disso, o site também permite, conforme detalhamos no capítulo sobre a plataforma (Ver p. 18), que o usuário filtre os comentários de modo que os “Principais comentários” fiquem no início – padrão no qual o YouTube já os organiza, baseado nas interações – ou para que fiquem os “Mais recentes primeiro” (isso irá ordenar os comentários segundo a data de publicação, do mais recente ao mais antigo).

¹³ Atualmente, janeiro de 2020, o vídeo possui mais de trinta mil comentários.

Considerando isso, três estratégias de recorte foram usadas. A primeira delas foi a de selecionar os 20 primeiros comentários a partir do filtro padrão do YouTube, em que aqueles com mais interações ficam no início do campo de comentários. Visto que (conforme observado na p. 18) essa filtragem não ordena de acordo com a quantidade real de interações que cada comentário recebeu – pois, alguns com menos interações ficam acima de outros com mais –, passou-se para uma segunda estratégia a fim de abranger variados comentários.

O segundo método foi recorrer ao outro filtro o qual organiza os comentários com base na data e horário do último comentário feito. Assim, da mesma forma que no método anterior, foram selecionados os 20 primeiros comentários dispostos a partir desse critério de organização.

Por fim, tendo em vista que as respostas aos comentários de outros usuários eram essenciais para perceber a forma direta de interação entre os comentaristas e observar o debate interno entre eles, traçou-se uma terceira estratégia de recorte do *corpus*. Nessa, partimos do primeiro comentário disponível e que também foi o que recebeu o maior número de respostas: o comentário do canal Spotniks, fixado por eles mesmos. Então, foram selecionadas todas as respostas a este comentário principal que foram publicadas até a data de coleta. Cabe mencionar que todos os comentários que compõem nosso *corpus* foram postados até o dia 11 de novembro de 2019, data em que aconteceu a coleta dos textos. Assim, comentários posteriores a essa data não foram incorporados ao *corpus* e, portanto, não fizeram parte da análise.

4.2. ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS

A análise que será feita neste capítulo visa apurar, tendo em vista os textos que compõem o *corpus* desta pesquisa, explicitado no item anterior, alguns dos mais representativos recursos argumentativos utilizados pelos comentaristas, conceituá-los e apontar quais são os efeitos de sentido produzidos pelo emprego desses recursos na interação enunciativa. Esta análise, como já dissemos, fundamenta-se na metodologia teórica de análise proposta pela semiótica de linha francesa e considera os devidos apontamentos realizados ao longo deste trabalho com relação ao contexto de produção dos textos selecionados. Durante toda a análise, lançaremos mão de aportes teóricos da semiótica referentes, especificamente, aos recursos argumentativos levantados pela observação do *corpus*.

4.2.1. Intertextualidade

A *intertextualidade*, conforme examinado no *corpus*, foi um recurso muito presente nos comentários. De acordo com Cabral (2017, p. 91), o campo de atuação da intertextualidade é a memória e a utilização dela como recurso argumentativo ocorre a partir da identificação de outros textos, que são considerados como parte do imaginário social e das experiências do enunciatário. Embora a argumentação atue sobre o que o outro irá assumir como verdade, por meio do discurso do enunciador; a pesquisadora nos confirma que “é a partir de uma partilha mínima de saberes entre os parceiros da comunicação que o conflito e a posterior adesão ao desconhecido/negado ocorre e a intertextualidade atua como procedimento que favorece a legitimação desse contrato estabelecido entre enunciador e enunciatário (...)” (CABRAL, 2017, p. 91).

É importante esclarecer, também, sobre como se constitui a hierarquia das *debreagens* no canal do YouTube. Há um narrador implícito responsável por editar os vídeos a serem postados no canal e que dá voz aos comentadores, interlocutores que, por sua vez, mesmo sendo actantes do enunciado, se configuram como narradores em segundo grau, já que se cria a ilusão de que o comentarista tem a liberdade de controlar o seu dizer, e *debreia* outros dizeres.

Observou-se nos comentários a ocorrência de intertextualidade quando os comentaristas se apoiam nos próprios elementos textuais do vídeo ou quando fazem alusão a um texto de outro gênero discursivo (no caso, o texto-filme *Shrek*). As formas por meio das quais essa intertextualidade se manifesta nos comentários são as seguintes: (i) em discurso direto, a partir de uma citação da fala do outro entre aspas ou pelo uso do travessão, e (ii) em discurso indireto, por meio de paráfrase nas quais os comentaristas condensam aquilo que foi dito no vídeo. Alguns exemplos desses procedimentos são utilizados nos textos abaixo, retirados do *corpus*:

6.

Lucca Beurmann 3 meses atrás

"O coach é um braço de psicologia", sim o terceiro braço que surgiu da radiação de Chernobyl

7.

Tio Tsu 1 mês atrás

Efeito cebola: Quando você sabe que a única preparação do coach foi assistir Shrek na noite anterior.

8.

Paloma Freitas 1 mês atrás

- O que é ciência para você? - A questão da física quântica. - Tá, mas essa resposta ta muito vaga. Hahahahahahah MORTAA

9.

Kiara Cristina 1 mês atrás

"Aí é o efeito cebola." "Efeito cebola?"

Eu: KAKAKAKAKAKAKAAKAKAKAKAKAKAKAKQKQ (Parece a cena do Shrek que ele ta caçando qualquer coisa pra dizer e sai 'pessoas são como cebolas. As cebolas tem camadas, as pessoas tem camadas, tudo tem camadas')

10.

Pedro Reis 1 mês atrás

"Psicóloga: O que seria ciência? Pra você, o que seria ciência? Coach: Física quântica
Psicóloga: Sua resposta foi meio vaga, né? Mais oq? Coach: Experimentos
Psicóloga: Não é só isso, mais oq seria? Coach: Em partes
Psicóloga: Sim, mais oq seria ciência? Coach: Então, eu acredito que física quântica é uma ciência, logo, se for considerar física quântica como uma ciência, física quântica é uma ciência" Cara, ela perguntou oq é ciências, NAO OQ É FÍSICA QUÂNTICA

11.

Carol Lima 3 meses atrás

Psicóloga: Estudei, Pesquisei, Li muito e etc... O tiozão: "Haaa passei mal, bati a cabeça e virei Choach Quântico"

Nos comentários 6, 8, 9 e 10, a intertextualidade ocorre por meio da citação direta de outro texto: a fala dos participantes do vídeo. Neles, os actantes do enunciado (os comentadores, narradores em segundo grau) operam uma debreagem actancial que traz para o discurso enunciado a voz dos sujeitos do vídeo. Logo em seguida, há uma debreagem enunciativa em que os comentadores retomam a palavra e sancionam positiva ou negativamente (utilizando-se de outros procedimentos como o humor, a ironia, a paixão da indignação, a desqualificação do discurso do outro, etc.) o dizer de um dos sujeitos do discurso citado textualizado em seu discurso, de modo que seu discurso esteja fundamentado a partir do discurso inserido pelo enunciator.

Segundo Barros, (2002, p. 104), essa debreagem actancial que o enunciator realiza a fim de delegar voz a outro dentro de seu discurso chama-se polifonia. Por causa da polifonia, o enunciator também pode delegar ao outro a responsabilidade pelos enunciados. É dessa forma que o enunciator dos comentários acima utiliza a intertextualidade e a polifonia, pois ele responsabiliza o fazer interpretativo que teve do intertexto – e que o motivou a produzir seu

discurso – à ineficiência do fazer persuasivo do outro sujeito, actante do enunciado do vídeo postado. Dessa forma, o comentarista espera, com seu discurso, fazer crer que o fazer interpretativo que ele mesmo teve sobre o discurso do outro, por ele debreado, seja verdadeiro também para seu enunciatário.

Os comentários 7 e 9 apresentam a intertextualidade por meio da alusão a outro texto diferente do vídeo. Alguns comentaristas identificaram que um conteúdo da fala do coach vinha, na verdade, de outro texto: o filme *Shrek*. Assim, o enunciador dos comentários 7 e 9 textualizam em seu enunciado a parte do dizer do coach que remete ao filme – isto é, o “efeito cebola” – e estabelecem a alusão nomeando, também, o nome do filme infantil. Dessa forma, a associação que o comentador estabelece, a partir da aproximação do dizer do coach com o dizer de um filme para crianças, produz o efeito de que o discurso desse sujeito é de pouco profissionalismo e embasamento teórico. Por fim, o comentário 11 é exemplo da intertextualidade em discurso indireto. Nele, embora coloque o dizer do coach entre aspas, o enunciador faz, na verdade, uma paráfrase do discurso dos sujeitos do vídeo e condensa a narrativa dos actantes do intertexto, comparando-os em favor do histórico da psicóloga em relação ao coach.

A intertextualidade também é um procedimento dos argumentos de autoridade. É por meio da polifonia permitida pelo discurso e da admissão, ou recusa seguida de transferência, da responsabilidade pelo dito, conforme abordamos, que se constituem esses argumentos. Teixeira (2001, p. 4) diz, sobre eles, que na perspectiva semiótica de análise, quando o enunciador traz para o texto discursivizado a voz julgadora de um especialista autorizado que reforça o juízo do enunciador, constrói-se a autoridade do argumento. Deste modo, o enunciador faz com que o enunciatário reconheça e aceite a verdade do discurso e, além disso, subverte a subjetividade do argumento ao criar o efeito de imparcialidade assegurado pela projeção de outras vozes autorizadas. Nos exemplos abaixo, os comentadores textualizam em seu enunciado o nome de autoridades em suas respectivas áreas – Física, Biologia e Coaching – e, por intertextualidade, recuperam os discursos dessas figuras a fim de legitimarem seu posicionamento.

12.

Mateus Felipe 3 meses atrás

Os caras n sabe abrir 1 conta do **Griffiths** e acha q entendem física quântica.

13.

GlobetrotterBR 3 meses atrás

@T P Quem começou com essa história de "coaching quântico" foi o vigarista e pilantra indiano Deepak Chopra, que foi devidamente desmascarado e massacrado por **Richard Dawkins**. Ele deve ter lido alguns livros do indiano.

14.

Juliana Martinez 3 meses atrás

Coloca a **Elainne Ourives** para debater com essa psicóloga .. queria ver quem ia dominar a conversa!!!

No entanto, é válido acrescentar que, segundo Fiorin (2015, p. 177), há também a possibilidade do manipulador utilizar de sua própria autoridade para validar seu discurso perante o manipulado, isto implica dizer que “quando alguém enumera suas qualidades como prova de um ponto de vista, também está usando esse tipo de estratégia argumentativa” (FIORIN, 2015, p. 177). Entretanto, o autor nos adverte que esse tipo de argumento, frequentemente, é usado para calar o outro e impedir a crítica e o questionamento. Tal recurso também foi observado nos comentários de nosso *corpus*, a exemplo:

15.

Daniel Wyllie L. Rodrigues 3 meses atrás

@M Pereira Concordo contigo. Olha que **sou engenheiro de computação formado na PUC-Rio**. Esse cara vem falar que usa lógica. Tá de brincadeira? Mudou de profissão por incapacidade, só pode ser.

16.

Carlos Henrique 3 meses atrás

Eu **conheço** as duas áreas tanto a psicologia como o Coaching e ao meu ver a Psicóloga foi sim arrogante todo tempo querendo se manter a cima. Achei o Coaching um pouco tímido e despreparado para essa entrevista. E a Psicóloga achando que estava em um debate político sempre querendo respostas que saciasse suas perguntas.

17.

Pablo Marques 3 meses atrás

@Ze Toba Acredito que ela descarregou um pouco da revolta com o que essa galera está fazendo na área dela e ver um cara totalmente despreparado como esse tira a gente do sério mesmo. Falo isso por mim, **sou engenheiro civil** e me deparo diariamente com Dr. Pedreiro fazendo merda em obra e dizendo que sabe mais que engenheiro. É complicado pow... a gente estuda anos na faculdade e durante toda nossa carreira pra entregar o melhor da profissão e ver alguém desse nível, falando tanta asneira, é de ficar puto mesmo... o cara não sabe nem o que faz da vida. **Conheço** alguns coaches, e digo com convicção, todos são oportunistas e a própria vida é uma bagunça, inclusive dos filhos.

Nos comentários 15 e 17, o enunciador utiliza da autoridade de sua formação ao dizer “sou engenheiro de computação formado na PUC-Rio” “sou engenheiro civil” para se demonstrar suficientemente competente para fazer tal afirmação. Ainda, nos comentários 16 e 17, o enunciador se mostra dotado de um *saber*, lexicalizado pelo verbo “conheço”, que o qualifica a dizer o que diz. Essas duas estratégias diferentes dos enunciadores de construírem a autoridade de seus argumentos a partir de suas próprias competências representam as ocorrências observadas no *corpus*.

4.2.2. Desqualificação do sujeito e do discurso do outro

Foram observados, também, dois procedimentos de desqualificação utilizados como recursos argumentativos: a desqualificação do sujeito e a desqualificação do discurso do outro. De acordo com Barros (1992, p. 149), para a semiótica, a desqualificação se enquadra em dois percursos: o da manipulação, em que o destinador busca de diferentes formas persuadir o destinatário a agir a partir dos valores que coloca em jogo na narrativa; e o da sanção cognitiva, em que o destinador reconhece que o sujeito descumpriu com seus compromissos ao interpretar as ações e seus resultados em um conjunto de valores. No caso da desqualificação-manipulação, “desqualifica-se o sujeito como meio de desqualificar seu discurso” (BARROS, 1992, p. 150). Já no caso da desqualificação-sanção, “desqualifica-se o discurso para desqualificar seu sujeito e, a partir daí, demais ações e projetos seus” (BARROS, 1992, p. 149).

A desqualificação do sujeito tem por objetivo evidenciar que determinado sujeito não tem competência para dizer o que diz e, portanto, não se deve considerar seu dizer. Para isso, o manipulador pode utilizar-se textualmente de variadas características atribuídas ao sujeito a quem quer desmoralizar em tom pejorativo. Os comentários abaixo refletem essa estratégia.

18.

Renato Diniz 3 meses atrás

Essa galera dizendo que a psicóloga foi mal educada só pode estar de sacanagem. Ela fez perguntas simples. Esse animal é que não foi capaz de responder nada sem dar voltas.

19.

bulasha 3 meses atrás

@Ze Toba Senti vergonha dessa psicóloga, extremamente arrogante, sentindo-se superior. É uma pobre coitada que está desesperada querendo ser importante. O coach foi extremamente equilibrado e educado, mostrou profissionalismo e educação.

20.

Alessandro Alves 3 semanas atrás

Existem ótimos nomes pra substituir o termo "Coach quântico": 1) Charlatanismo 2)Pseudo ciência 3) Baboseira 4) Perda de tempo ...

21.

el barto 3 meses atrás

que mulher arrogante. com uma profissão bosta, psicologia que é só ouvir sem falar bosta nenhuma se achandk a tal

O interlocutor dos comentários 18 e 20 desqualificam o sujeito “coach” de duas formas diferentes. O primeiro associa o sujeito a um “animal”, portanto, modalizado por um *não saber fazer* (responder as perguntas da psicóloga “sem dar voltas”) e *não saber ser* (objetivo), caracterizando a incompetência do sujeito. Uma vez que o interlocutor não doa a competência

ao sujeito, ele passa a ser modalizado, também, por um *não poder fazer*, nesse caso: *fazer crer* por meio de seu discurso, portanto, seu discurso não possui credibilidade. Já o interlocutor do comentário 20, desqualifica o mesmo sujeito ao associar a combinação esdrúxula de figuras e temas do termo pelo qual o sujeito se define enquanto profissional a outros termos desqualificantes (“pseudociência”, “charlatanismo” etc.) de forma gradativa. De forma semelhante, os interlocutores dos comentários 19 e 21 desqualificam o sujeito “psicóloga”. Para isso, utilizam-se de uma série de atribuições a esse sujeito com tom pejorativo: como “arrogante”, “sentindo-se superior”, “pobre coitada”, portadora de “uma profissão bosta”, “desesperada”.

Já na desqualificação do discurso, o manipulador recorre à intertextualidade e traz para dentro de seu enunciado o discurso do outro, a fim de diminuir o sujeito a partir do próprio discurso dele. Nos exemplos abaixo, essa intertextualidade ocorre seguindo as formas já observadas anteriormente e visam desqualificar, primeiramente, o dizer do sujeito e, conseqüentemente, o sujeito em si.

22.

Luciano Ferreira 3 meses atrás

Percebam que num determinado momento ela falou que se afastou de alguns amigos por discordâncias políticas. Num outro momento ela tentou colocar a psicologia como uma profissão "anti capital", ao mesmo tempo que tem medo de perder mercado para o "charlatão". Ou seja, comunistinha de ifone detectada. Além do mais, foi desrespeitosa, pois se sentiu ameaçada enquanto profissional, e isso é nítido.

23.

soberania brasileira 3 meses atrás

@Renato Diniz a psicóloga parece ser "anti-capital" ela parece ser comunista

24.

Ketlen Rodriguês 3 meses atrás

Kkkkkkkk mano o cara tá falando que ser coach é ciência e vocês querem que ela tenha respeito? Por favor né pessoas, por favor.

9.

Kiara Cristina 1 mês atrás

"Aí é o efeito cebola." "Efeito cebola?"

Eu: KAKAKAKAKAKAKAAKAKAKAKAKAKAKAKAKQKQ (Parece a cena do Shrek que ele ta caçando qualquer coisa pra dizer e sai 'pessoas são como cebolas. As cebolas tem camadas, as pessoas tem camadas, tudo tem camadas')

Os comentários 22 e 23 retomam o discurso do sujeito “psicóloga” em que a psicologia diz ser “anti-capital”, o que é sancionado negativamente por eles; além de, no caso do exemplo 17, o comentador condensar a narrativa a respeito do afastamento da psicóloga dos seus amigos

“por discordâncias políticas”, o que em seu fazer interpretativo também é sancionado negativamente, apontando um caráter intolerante. Assim, desqualificados os discursos por sanção negativa por parte do comentador, os sujeitos também são desqualificados pelos termos “comunistinha de ‘ifone’”, “comunista”.

Diferentemente, nos textos 24 e 9, é o discurso do actante do enunciado “coach” que os interlocutores desqualificam. Esse procedimento ocorre em 24 a partir da incongruência temático-figurativa da relação que o sujeito tenta estabelecer entre a fundamentação do fazer científico e sua ocupação, que não possui embasamento científico. Assim, o enunciador do comentário utiliza essa incongruência para desqualificar o discurso desse sujeito e, então, desqualificar o próprio sujeito como não digno de respeito. E em 9, a desqualificação do discurso é a partir da analogia entre o dizer do sujeito e o dizer de um filme infantil, conforme já foi analisado (o que confirma o uso de mais de um recurso argumentativo em um mesmo discurso).

Assim, é possível perceber que a desqualificação tanto do sujeito quanto do discurso desacredita os valores transmitidos, fazendo com que o leitor deixe de assumir certos valores (charlatanismo, comunismo, ingenuidade, etc) e aceite outros valores (a ciência, a delicadeza, o capital, etc.). Além disso, essa desqualificação é um recurso que desmascara o secreto (o comunismo da psicóloga, por exemplo, ou o charlatanismo do coach) e faz revelar a verdade (a incompetência do coach, a hipocrisia da psicóloga).

4.2.3. Paixões e afetos

Outro recurso argumentativo usado de forma recorrente pelos comentaristas foi o de mobilizar o outro pelas *paixões* e *afetos*. De acordo com Gomes:

Os estudos das modalidades na semiótica permitiram também desenvolver uma tipologia dos sujeitos, tanto os que se inscrevem no narrado, como participantes das ações nele relatadas (ou afetados pelas paixões descritas) quanto os participantes da enunciação – o produtor do enunciado e seu destinatário. Essa construção dos sujeitos também configura um modo de dar uma direção argumentativa aos textos (...) (GOMES, 2010, p. 209).

Entendem-se as paixões, na perspectiva semiótica, como um arranjo de modalidades. Uma das formas de se manifestarem estados passionais do sujeito no discurso é quando ocorrem

incompatibilidades modais, isto é, ocorrência concomitante de modalidades incompatíveis no discurso, como por exemplo: um *dever fazer* e um *não querer fazer*, conforme nos diz Gomes (2010, p. 209). Outra é pela ocorrência de modalidades compatíveis como o *querer ser*, *poder ser* e *saber ser*, que podem explicar a felicidade, por exemplo. Além disso, cabe lembrar que as paixões variam em grau de intensidade e aspectualização.

Em texto sobre “Paixões e argumentação na mídia impressa”, Gomes (2008, p. 2) diz que a dimensão afetiva do discurso tem ocupado um lugar nos estudos do texto desde o momento em que foi observado que ela tem regido a dimensão inteligível, “de natureza pragmática e cognitiva” e tem orientado as ações dentro da narrativa. Dessa forma, além das posições cognitivas que o sujeito da enunciação assume, uma orientação de natureza sensível, essencial para a construção do sentido, também se estabelece.

A semioticista, então, conclui sobre os efeitos do discurso passional e afetivo que

o enunciador, ao adotar uma perspectiva, uma orientação afetiva, solicita, mesmo que sutilmente, uma reação emotiva do enunciatário ou a adoção de uma identidade passional, envolvendo-o e mobilizando-o a aceitar determinados valores. Essa orientação afetiva pode provocar desde uma inclinação ou disposição empática, desencadeando uma simpatia ou antipatia, uma atração ou repulsão, até a construção de um simulacro passional do enunciatário, em decorrência das paixões delineadas nos discursos (GOMES, 2008, p. 4).

Esse procedimento de que Gomes (2008) fala é bastante utilizado pelos enunciadores dos comentários que constituem nosso *corpus*. Podemos destacar, dentre as paixões que mobilizam seus discursos, a indignação e a revolta, o desdém e o desprezo, a compaixão e a piedade, e a vergonha. Tomemos como exemplo os seguintes textos:

25.

Ze Toba 3 meses atrás

a mulher foi muito grossa com o cara, tratando ele como uma criança, mesmo não acreditando em coaching eu acho que ele deveria ser respeitado

26.

Marcos Campanha 3 meses atrás

@Ze Toba É óbvio, respeitar coach que se diz utilizador de FÍSICA QUÂNTICA???? O cara nem deve saber física quântica, provavelmente nem sabe o que é uma integral ou uma derivada, ele é um verdadeiro charlatão

27.

Camila Custodio 2 meses atrás

@Ze Toba Finalmente um comentário lúcido. É nítido o pré conceito dela, pelo fato de ela pensar que psicologia é superior ao coaching. Agora realmente ele ficou nervoso, diante da resistência dela. Uma pena, porque poderia ter havido um momento de insight que são abordagens diferentes mas com o

mesmo propósito, ajudar pessoas. Existem coaches péssimos assim como péssimos psicólogos. Isso não desqualifica nenhuma abordagem.

28.

Bruno Xavier 3 meses atrás

Me passa um sentimento de pena desse senhor em ver sua insegurança em definir o que ele recorreu para ser seu ganha pão, sei lá, vergonha alheia.

29.

Josi Ap. 3 meses atrás

Também reparei que ela não teve humildade ao conversar com o coach. Sempre podemos aprender algo, ainda que seja de alguém a quem, a princípio, não queremos dirigir a atenção.

30.

Carlos Eduardo 3 meses atrás

Galera tentando defender o coach skoaskoaksoak Não é só coach que tem que se foder. Quem defende também tem que tomar no cu também. #pás

31.

M Pereira 3 meses atrás

Ela não foi grossa, agiu de forma corretíssima. Questionou; colocou contra a parede e com base porra Vão ficar com pena de charlatão? Primeiro que quem fala física quântica já sei que não entende nada. A física moderna tem a mecânica quântica e diversas outras áreas. Outra coisa, se o profissional está certo do que está falando porque ele se embolaria? Se questionasse ele sobre engenharia de computação ele teria propriedade no que falava, então pronto, essa não é a área dele. Não tem que ter respeito por mentirosos. Coach é um braço da psicologia, imagina se amanhã qualquer enfermeiro começar a receitar remédio, etc. Estudante de biologia começasse a operar gente... sejam sensatos! Parem com essa merda de sensibilizar por mentirosos. Estava na cara que ele não fazia idéia do que trabalhava, essa estupidez é um insulto à psicologia.

32.

João Pedro Tezza 3 meses atrás

Meta: desprezar todos os coaches Obstáculo: nenhum

Segundo Gomes (2008, p. 8), “a indignação e a revolta são paixões que se diferenciam quanto ao grau de intensidade e pelas reações sensíveis mais cognitivas, no primeiro caso, ou mais pragmáticas, no segundo, mas explicam-se fundamentalmente pelos mesmos arranjos modais (*querer não ser, saber ser, crer poder não ser*)”. Dessa forma, enquadram-se nesse arranjo os discursos emitidos pelos enunciadores dos comentários 26, 30, 31 e 32, sendo 26, 31 e 32 mobilizados por indignação e 30 por revolta. A indignação pode ser percebida pelos questionamentos que alguns comentadores fazem, como por exemplo: “Vão ficar com pena de charlatão?”, “respeitar coach que se diz utilizador de FÍSICA QUÂNTICA?????”, o que indica

um sentimento de injustiça por deixar-se sensibilizar por alguém incompetente. A revolta, por sua vez, é mais intensa e se caracteriza pela ofensa, geralmente por meio do palavrão, como ocorre em “tem que se foder”, “tem que tomar no cu também”. Além dessas paixões, os enunciados 26 e 28 apresentam a paixão do desdém e do desprezo a partir do momento que revelam um *não querer não fazer mal*, de acordo com a forma como Barros (1990, p. 68), em texto intitulado “Paixões e apaixonados: exame semiótico de alguns percursos”, explica, categorizando essas paixões como malevolentes. A distinção entre elas está na intensidade, uma vez que o desprezo é mais intenso. O sujeito que desdenha e despreza toma o outro como inferior, como um sujeito não cumpridor de um contrato modal, o *saber fazer*. Em 32, há a lexicalização da paixão do desprezo. Já no comentário 30, há também um querer mal ao outro, evidenciado pelo palavrão, entretanto, de forma passiva, pois o comentador não ameaça, por exemplo.

Já os comentários 25, 27, 28 e 29 fazem crer por compaixão e piedade. Sobre isso, Lima, em artigo dedicado a configuração passional da compaixão e da piedade, afirma que:

O crer da compaixão é, nesse sentido, um crer assumido pelo sujeito, o que explica o querer-ser que o configura e a partilha mesmo do sofrimento, enquanto na piedade ele é um crer aderido, justificando o dever-ser e a motivação exógena do pesar. As modalidades de base da configuração do sujeito compassivo (querer-ser) e do piedoso (dever-ser) mostram-se, assim, vinculadas aos modos de existência do crer, do sentir, ou seja, da junção. No primeiro caso, trata-se de um crer realizado que indica a plenitude da conjunção entre sujeito e objeto. No segundo, por outro lado, o crer está potencializado, definindo uma não-conjunção. Dessa forma, o sentir “despertado” pelo crer da compaixão parece apontar para uma intensidade tônica que une, de fato, sujeito e objeto, e o da piedade, a uma intensidade átona que os mantém em relação, mas não propriamente em união (LIMA, 2012, p. 1188).

Com base nisso, foi possível identificar que os discursos dos comentários 25 e 29 configuram mobilização passional por compaixão, isto é, partilham do sofrimento, identificam-se com o outro conforme em “mesmo não acreditando em coaching eu acho que ele deveria ser respeitado” e “Sempre podemos aprender algo, ainda que seja de alguém a quem, a princípio, não queremos dirigir a atenção.”, enquanto os discursos 27 e 28, por piedade, ao demonstrarem o pesar átono com o termo “pena”, por exemplo.

A paixão da vergonha está representada, também, pelo comentário 28. Fiorin (1992, p. 56 – 57) explica que a vergonha ocorre a partir de uma sanção negativa de modo que o sujeito é modalizado por um *dever fazer/ser* correspondente a um *não poder não fazer/ser* e quando não age de acordo com essa modalidade, recebe uma sanção cognitiva negativa, ocasionando

uma reprovação própria ou alheia. No caso do sujeito do comentário 28, ocorre a segunda opção, a sanção negativa alheia gera, portanto, a vergonha.

Dessa forma, observa-se que essas paixões mobilizam os leitores de diferentes formas. A indignação e a revolta, faz com que os leitores dos comentários rejeitem os dizeres e fazeres geradores da revolta e da indignação. As paixões da compaixão e da piedade mitigam as críticas, amenizam a sanção negativa, permitindo a admissão de valores negados pela enunciação. Por fim, a vergonha traz o efeito de repulsa, solicitando do destinatário a reprovação dos valores transmitidos.

4.3.4. Humor e ironia

Por fim, o recurso argumentativo mais expressivo que se observou nos comentários feitos ao vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)” foi o da comicidade, da zombaria, por meio do *humor* e da *ironia*. Cabral (2017, p. 81 - 82) diz que é quase imperceptível e um pouco confusa a diferença entre esses recursos, porém é possível traçar características que os diferem, em vista dos efeitos que produzem no discurso. A pesquisadora aponta que Bertrand (1989) sugere uma distinção hierárquica e estratificada entre tais procedimentos, analisando que a ironia atua em uma ordem paradigmática, ao passo que o humor, no eixo sintagmático, pois a primeira é estabelecida como uma forma de expressão, na qual a interpretação do discurso fundamenta-se na possibilidade de fazer surgir o contrário em relação ao que é enunciado. Por outro lado, o humor redesenha a ordem dos encadeamentos que acomete a lógica previsível. Sobre a ironia, Fiorin (2016, p. 79) também reforça que “quando se afirma no enunciado e se nega na enunciação estabelece-se a figura que a retórica denominou antífrase ou ironia.”

Portanto, fica notório, de acordo com Gomes (2008, p. 77), que a presença de enunciados opostos não é um erro ou parte de um discurso incongruente, mas sim um elemento que atribui ao texto um aspecto humorístico, inteligente, acarretando mais leveza a assuntos “sérios”, por exemplo. Assim, optar por opor conteúdos da enunciação e do enunciado, apresentar incongruências no próprio enunciado do comentário ou, ainda, inconsistências na relação entre o conteúdo do comentário e do vídeo, a partir de ironias, da inserção de implícitos, ao criar espaço para a polêmica ou produzir o efeito de humor, tem-se uma forma de integrar essas oposições e incongruências. Observemos esses procedimentos nos textos que seguem:

tais padii77 3 meses atrás

Gostei do coach, se eu pudesse dar uma nota seria dó

34.

Maurici de oliveira 3 meses atrás

Cheguei a conclusão que foi tudo armação. A família do coach queria levá-lo ao psicólogo, mas ele se negava. O caso foi passado para um psiquiatra.

6.

Lucca Beurmann 3 meses atrás

"O coach é um braço de psicologia", sim o terceiro braço que surgiu da radiação de chernobyl

35.

me 000 1 mês atrás

Ele risca a folha td hr deve ta fznd uns desenho mt foda

36.

Nicolas Reinaldet 1 mês atrás

"...usar ferramentas de fisica quantica...." Coaching quantico: Por favor enfie a cabeça nesse acelerador de partículas.

37.

Juliana Soares 3 meses atrás

A vida é mesmo imprevisível, num dia você é engenheiro no outro você bate a cabeça, perde os sentidos e vira coach.

32.

João Pedro Tezza 3 meses atrás

Meta: desprezar todos os coachs Obstáculo: nenhum

Utilizam-se do recurso da ironia os enunciadores dos discursos em 33, 6, 35 e 37. Tomemos o texto 33 como exemplo. Nele, o comentador parece sancionar, no enunciado, positivamente o ator “coach”, pois afirma: “gostei do coach”. Sendo assim, ao textualizar uma condicional pela partícula “se”, o narrador suspende e tenciona o enunciado e cria um efeito de expectativa e curiosidade no enunciatário em torno de qual seria sua avaliação (sentido apreendido pelo termo “nota”) em relação ao coach. No entanto, uma incongruência temático-figurativa se instaura no enunciado a partir do momento que a nota dada pelo enunciador não corresponde ao que encaminhava a isotopia de leitura até então estabelecida no enunciado (dentro do campo semântico da avaliação escolar por meio de notas numéricas). Portanto, o enunciatário é forçado a percorrer outra isotopia de leitura de modo a ressignificar o sentido que o enunciador atribui ao vocábulo “nota” (no caso, dentro do campo semântico da música, isto é, nota musical). Porém, uma terceira isotopia é instalada, quando o enunciatário percebe a homofonia em “dó” que o leva ao sentido de “compaixão”. Assim, o enunciatário pode interpretar que, na verdade, o enunciador foi mobilizado pela paixão da compaixão em relação ao sujeito “coach”, valendo-se da ironia, já que a sanção positiva do enunciado (“gostei do

coach”) é negada na enunciação (o que se evidencia pelo trocadilho com a nota “dó”). No entanto, tal interpretação fica na responsabilidade do enunciatário, pois o que o enunciador coloca como posto é que ele gostou do coach. Nisso consiste a ironia, conforme Cabral (2017), Fiorin (2016) e Gomes (2008) afirmam anteriormente.

Já os enunciadores dos comentários 34, 36 e 32 geram a comicidade por meio do humor de diversas formas. No texto 32, por exemplo, o narrador do enunciado estabelece uma meta a ser alcançada: a de “desprezar todos os coaches”. Porém, em vez de se instaurar no enunciado uma narrativa de dificuldades a serem superadas para que se o sujeito (narrador) entre em conjunção com o valor (desprezo), narrativa pressuposta comumente acompanhada do sentido de “meta”, o narrador afirma que não há obstáculos capazes de impedir sua conjunção com o objeto-valor. Dessa forma, o anti-sujeito incompetente pode ser lido como a própria classe dos *coaches*.

4.2.5. Algumas particularidades relevantes

Considerando que os recursos argumentativos analisados nos comentários nos itens anteriores representam e caracterizam a maioria dos textos que constituem o *corpus* desta pesquisa, vale mencionar e especificar outras recorrências não tão proeminentes e outros aspectos não abrangidos pelos exemplos acima, mas que nos servirão para verificar se são verdadeiras as hipóteses levantadas na introdução deste trabalho.

Uma questão a ser examinada mais de perto são as narrativas manipulatórias em cadeia que surgem no campo dos comentários em razão da possibilidade que a plataforma oferece de um comentador responder diretamente o outro, bastando mencionar o nome do usuário precedido do “@”. Assim, abre-se espaço para um debate interno entre os comentadores, como, por exemplo, nos comentários abaixo:

38.

Ketlen Rodriguês 3 meses atrás

Kkkkkkkk mano o cara tá falando que ser coach é ciência e vocês querem que ela tenha respeito? Por favor né pessoas, por favor.

39.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Ketlen Rodriguês na verdade ele falou que física quântica é ciência. Ambos errados, assim como psicologia não é ciência, ipsis litteris.

40.

Nayara Ferreira 3 meses atrás

@Lê Sardi hein? Se física não é ciência pra você o que é?

41.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Nayara Ferreira tua questão é construída em cima de falsa premissa. Pra mim, física é ciência. Foque na ciência da interpretação textual. Obrigado!

42.

Nayara Ferreira 3 meses atrás

@Lê Sardi foque em escrever o que pensa então. Os seus comentários se contradizem...

43.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Nayara Ferreira considerando que tua interpretação textual já se mostrou falha, peço que aponte onde há contradição em minhas palavras. Obrigado!

Nos enunciados acima, os comentadores envolvidos demonstram estar atentos ao discurso um do outro, inclusive, partem da própria construção do enunciado do outro para argumentar. Neste caso, o argumento se constrói a partir do recurso da desqualificação do discurso por “noções de competência e erro linguístico” (Barros, 1992, p. 152). O sujeito @Lê Sardi busca entrar em conjunção com o valor da *superioridade* e da *altivez*, para isso, demonstra sua competência linguística ao usar termos mais rebuscados como “falsa premissa” e o latim “*ipsis litteris*” e, por fim, modaliza o sujeito @Nayara Ferreira por um *não poder fazer* pelas expressões “Foque na ciência da interpretação textual” e “tua interpretação textual já se mostrou falha” a fim de desqualificá-lo por incompetência linguística e interpretativa. De forma semelhante, o sujeito @Nayara Ferreira também desqualifica o outro pelo mesmo recurso, haja vista as expressões “hein?” e “Os seus comentários se contradizem...”. Este procedimento argumentativo é verificável em outros comentários do *corpus*, no entanto, com baixa recorrência. Como exemplo, temos:

44.

Dark Angel 3 meses atrás

@M Pereira Gente que assassina o português como você, nem é gente!

Assim, podemos concluir sobre o debate desencadeado no exemplo acima que os discursos produzidos não são caracterizados como discursos *monofônicos* (o que, segundo Silva (2017, p. 94), “é um procedimento que cala a voz do outro, [*e*] é muito comum em discursos autoritários, que não querem ouvir o que o outro diz”), uma vez que os comentaristas consideram o que foi dito pelo outro para construírem sua argumentação. Em geral, a maioria dos debates internos que foram observados no *corpus* opera dessa mesma forma. No entanto, apesar de parecer ouvir o que o outro diz, há, muitas vezes, uma enunciação autoritária, porque desqualifica e humilha o discurso do outro, embora o considere ao respondê-lo. Nesses casos

dos exemplos, embora os comentadores estejam atentos ao que o outro diz, não há um debate aberto e respeitoso.

Outro ponto a ser levado em consideração no que diz respeito à caracterização dos comentários ao vídeo selecionado para este trabalho é a existência de manifestações discursivas “descontextualizadas” do ponto de vista do debate promovido pelo vídeo e pelos comentadores, mas contextualizada a partir da perspectiva do ambiente onde os comentários estão inseridos. Isto é, alguns comentadores aproveitam o campo destinado aos comentários – um dos principais meios de interação com o canal do YouTube – para fazerem sugestões de pauta ao *Spotniks* para os próximos vídeo do quadro “Preconceito”. Como demonstram os exemplos a seguir:

45.

Guilherme tb 3 meses atrás

Coloca um comunista/ socialista e um libertário pra conversarem

46.

g s 3 meses atrás

Coloca um piramideiro(divulgador de piramide financeira)pra conversar com um economista

47.

Mojang Minecraft 3 meses atrás

Na próxima coloca um Taxista e um Uber, quero ver sangue

48.

2222PM 3 meses atrás

coloquem um crosfiteiro e um fisioterapeuta pra conversarem.

É possível concluir, então, que outros procedimentos, além dos já abarcados nos itens precedentes, também foram verificados nos comentários analisados, porém, com menos frequência. Um deles é a desqualificação do discurso do outro a partir da competência linguística que contribui para o *status* de verdade do discurso que se utiliza desse recurso como estratégia, pois se torna confiável por saber obedecer às normas da língua. Além disso, percebe-se que os debates gerados nos comentários, embora não sejam monofônicos, estão longe de serem respeitosos, visto que o uso de palavrões e ofensas é bastante comum. E, por fim, há alguns comentários que não se relacionam com o conteúdo do vídeo, mas interagem com o canal *Spotniks* ao fazerem sugestões para os produtores de conteúdo da plataforma YouTube.

CONCLUSÕES

Foi possível depreender, a partir da análise realizada, que a argumentação, isto é, o fazer crer/fazer pode manifestar-se a partir de variadas estratégias, cabendo ao enunciador perspicaz selecionar aquelas que melhor irão favorecer seu fazer persuasivo. Dentre as possibilidades, os procedimentos mais usados pelos comentadores do vídeo publicado pelo canal *Spotniks* do YouTube “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)”, foram a intertextualidade, a desqualificação do sujeito e do discurso do outro, as paixões, e o humor e a ironia. Cada recurso foi articulado de maneira distinta pelos interlocutores. No entanto, foi possível traçar alguns efeitos comumente ocasionados pelo uso desses recursos.

No caso da intertextualidade, percebeu-se que o comentador que lança mão deste mecanismo argumentativo, a depender do intertexto movido para dentro de seu discurso e da forma como o articula, pode reforçar com mais ou menos intensidade o seu ponto de vista. Além disso, para ser compreendido pelo interlocutário, exige que este compartilhe minimamente dos

saberes enunciados. A intertextualidade, nos comentários, garante a congruência com o texto comentado e pode servir para qualificar o dizer, mostrando que o interlocutor sabe atender as exigências do gênero e merece crédito. O recurso a citar ou aludir outros textos, diferentes do comentado, pode tanto levar à aceitação quanto à rejeição dos sujeitos e dos discursos dos actantes do enunciado do vídeo comentado.

Já a desqualificação do sujeito e do discurso do outro é um recurso argumentativo usado de forma mais ostensiva pelos comentaristas por inferiorizarem e humilharem os atores do enunciado a ser comentado, o que confirma a tendência das interações na internet para a intolerância, para o excesso e para a polêmica. As paixões são usadas como formas de sensibilizar o outro, afetá-lo e levá-lo a crer pelo sensível. Nos comentários, destacaram-se as paixões da revolta e da indignação, do desdém e do desprezo, da vergonha, e, também, da compaixão e da piedade. Essas paixões podem envolver o leitor (não apenas apelando ao inteligível, mas envolvendo pelo sensível) na busca pela adesão de valores, e como efeito despertar no leitor os afetos da empatia, simpatia, repulsa e rejeição, por exemplo. Por fim, os efeitos de comicidade e gracejo, por meio do recurso do humor e da ironia, foram o de maior proeminência nos comentários. Acredita-se que isso se deva em razão do caráter complexo da linguagem na internet, de modo que esse gênero discursivo seja fortemente influenciado pela oralidade que, conforme observamos, cria o efeito de informalidade e descontração.

Observou-se, também, que os sujeitos que participavam dos debates eram muito atentos aos demais discursos e, inclusive, os usava para construir sua argumentação. Entretanto, muitos dos discursos mantiveram o tom agressivo ao argumentarem, conforme esperado. Principalmente, quando recorriam ao recurso da desqualificação e das paixões malevolentes. Porém, ao contrário do que geralmente ocorre em textos do gênero comentários de internet, a inferiorização do outro acontecia de forma mais sutil que os discursos mais agressivos que se vê em outros ambientes digitais que se abrem a este tipo de interação. Além disso, a hipótese a respeito da existência de comentários alheios ao vídeo e aos demais comentários se confirmou a partir daqueles que usavam o campo dos comentários para fazer sugestões ao canal. E, também, percebemos que os comentários não apresentavam um recurso argumentativo apenas, mas vários deles ao mesmo tempo.

Não se pode deixar de apontar o fundamental suporte que a teoria-metodológica da semiótica francesa teve no estudo da argumentatividade dos comentários que neste trabalho foram analisados, pois a partir dos conceitos acerca das relações entre enunciador e enunciatário e dos contratos veridictório e fiduciário foi possível não somente entender, mas também verificar, a partir das análises, que todo texto tem por objetivo *fazer crer* e estabelecer uma

confiança tal qual seu leitor o considere verdadeiro. Além disso, a teoria foi essencial por fornecer-nos métodos de análise do discurso que se mostraram eficazes na percepção de isotopia de leituras a partir da combinação incongruente, ou não, de figuras e temas, por exemplo.

Este trabalho, portanto, serve como mais um instrumento na análise da argumentação dos textos, sejam eles tipologicamente entendidos como argumentativos ou não, uma vez que entendemos que esta é uma característica própria da linguagem, da interação humana e da forma como nos relacionamos com o mundo. Busca-se também, com a pesquisa aqui desenvolvida, contribuir para o avanço dos estudos semióticos a este respeito. Podemos, assim, concluir a respeito da argumentação, de acordo com as palavras de Fiorin (2015, p. 9), que “a vida em sociedade trouxe para os seres humanos um aprendizado extremamente importante: não se poderiam resolver todas as questões pela força, era preciso usar a palavra para persuadir os outros a fazer alguma coisa.”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. de Paulo Bezerra. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Paixões e apaixonados: exame semiótico de alguns percursos. *Cruzeiro Semiótico*, Porto, n. jul./ja 1989/90, p. 60-73, 1990.
- _____. Procedimentos de desqualificação de discursos. São Paulo: *Itinerários*, n.3, p. 149 - 164, 1992.
- _____. *Teoria semiótica do texto*. 3ª ed. São Paulo: Ática, 1997.
- _____. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. 3ª ed. São Paulo: Humanitas / FLLCH / USP, 2002.
- _____. A complexidade discursiva na internet. São Paulo: *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, v. 13, n. 2, p. 13 - 31, 2015.
- _____. Estudos discursivos da intolerância: o ator da enunciação excessivo. Campinas: *Cadernos de Estudos Linguísticos*, p. 7 – 24, 2016.
- _____. Estudos do discurso. In: FIORIN, José Luiz (Org.). *Introdução à linguística II: princípios de análise*. São Paulo: Contexto, 5ª ed. 5ª reimpressão, p. 187 - 219, 2019.
- BEIVIDAS, Waldir; LOPES, Ivã Carlos. Argumentação e persuasão: tensão entre crer e saber em “Famigerado”, de Guimarães Rosa. São Paulo: *Alfa*, v. 53, n. 2, p. 443 - 455, 2009.
- BERTRAND, Denis. Posições enunciativas. In: _____. *Caminhos da semiótica literária*. São Paulo: EDUSC, p. 111 - 149, 2003.
- CABRAL, Marcia Andrade Moraes. *Semiótica e argumentação: análise das obras de literatura infantil de Sylvia Orthof*. Tese (Doutorado em Letras Vernáculas) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Letras, 169 f., 2017.
- CRUZ, Dilson Ferreira da. Algumas considerações sobre o crer e o saber. *Estudos Semióticos* (online). Disponível em: <http://www.fllch.usp.br/dl/semiotica/es>. Editor Peter Dietrich. Número 4, São Paulo, 2008.
- FIORIN, José Luiz. Algumas considerações sobre o medo e a vergonha. *Cruzeiro Semiótico*, nº 16, p. 55-63, 1992.
- _____. *As Astúcias da Enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 2005.
- _____. Modalização: da língua ao discurso. In: _____. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. *Argumentação*. São Paulo: Contexto, 2015.

_____. *Elementos de análise do discurso*. 15^a ed. São Paulo: Contexto, 2016.

FONTANILLE, Jacques; ZILBERBERG, Claude. Tensão e significação. São Paulo: *Discurso Editorial; Humanitas/FFLCH*, 2001.

GOMES, Regina Souza. Paixões e argumentação na mídia impressa. In: *III Simpósio Internacional sobre Análise do Discurso: emoções, ethos e argumentação*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

_____. Gêneros do discurso: uma abordagem semiótica. São Paulo: *Alfa*, v. 53, n. 2, p. 575-594, 2009.

_____. Uma abordagem semiótica da modalização na mídia impressa. *Estudos linguísticos/Linguistic studies*, nº 5, Lisboa, Colibri, junho de 2010.

_____; ANTUNES, Tiana Andreza Melo. Interações enunciativas em comentários de blogs jornalísticos opinativos. In: GOUVÊA, Lúcia Helena Martins; PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino (Orgs.). *Estudos do Discurso: 25 anos do CIAD-Rio*. Rio de Janeiro: Letras UFRJ, p. 564 - 603, 2018.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Sobre o sentido II: Ensaio semióticos*. Tradução Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Edusp, 2014.

LIMA, Eliane Soares de. Entre compaixão e piedade: a configuração passional. São Paulo: *Estudos Linguísticos*, 41 (3): p. 1183-1192, set-dez 2012.

LOPES, Ivã Carlos; BEIVIDAS, Waldir. Veridicção, persuasão, argumentação: notas numa perspectiva semiótica. São Paulo: *Todas as Letras*, v. 9, n. 1, p. 32 - 41, 2007.

QUEIROZ, Igor Raphael Gouveia de. O Youtube como ferramenta da cultura midiática participativa. *Trabalho apresentado no IJ 08 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, Orientado pelo professor Dr. Carlos Alberto Cavalcanti de Gusmão da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Alagoas – UFAL, jul. 2015.

SÁ, Simone Maria Andrade Pereira de; HOLZBACH, Ariane Diniz. #u2youtub e a performance mediada por computador. São Paulo: *Revista Galáxia*, n. 20, p. 146 - 160, 2010.

SANTOS, Alexandra Robaina dos. *Transmidialidade e humor: um estudo semiótico do Porta dos Fundo*. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 224 f., 2019.

SILVA, Denise Barros da. *Uma análise semiótica dos comentários de leitores de blog e Facebook: tipos de comentários e questões de intolerância na internet*. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 113 f., 2017.

SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick. Introduction. In: _____ (eds). *The YouTube Reader*. Sweden: National Library of Sweden, 2009.

TEIXEIRA, Lúcia. Argumentação e Semiótica. *Apresentação no Congresso Internacional da ABRALIN*, Fortaleza, mar. 2001.

ANEXOS

ANEXO A

Transcrição do vídeo “Colocamos uma PSICÓLOGA e um COACH QUÂNTICO pra conversar (sem que eles soubessem)”

-----**Início do vídeo**-----

Música de fundo**Texto escrito aparece:**

Jessica Falchi Caçador

Psicóloga

Carlos Renato Dias

Master Coach

Nós pedimos para que ambos tentassem descobrir características um sobre o outro.

(Porém, eles não se conhecem).

Preconceito

Texto oral produzido pelos participantes do vídeo:

Coach: Seu nome é Luciana.

Psicóloga: Luciana?

Coach: Isso. Você tem 33 anos. Seu livro favorito eu creio que seja de ficção. Seu filme favorito, pra não pegar algum nome específico Eu acho que você gosta de filmes de ação. No seu tempo de lazer você gosta de coisas simples, por exemplo: Andar no parque, ir no cinema.

Psicóloga: Bom, então eu vou revelar aqui. Meu nome na verdade é Jéssica. Eu tenho 27 anos.

Coach: Eu tinha colocado 27 tá?

Psicóloga: Sério?

Coach: Uhum, aí eu falei, não sei, vou por mais. Tá até aqui.

Psicóloga: Que doideira. Os meus livros favoritos são relacionados à teoria, são mais livros teóricos. Eu não vou entrar em detalhes sobre as teorias pra não estragar aqui a surpresa

Mas ficção também é uma boa. Filmes favoritos eu gosto bastante de documentários e filmes baseados em fatos reais. Eu gosto muito desse tipo de roteiro. E você acertou, eu gosto de coisas simples pra me divertir. Gosto de estar com a família, um bom papo, estar com amigos. Creio que simplicidade é importante. Agora eu adivinho você, não é mesmo? Vamos lá

Coach: Isso

Psicóloga: Bom, você me parece ser Roberto. Chuto que teria uns 35 anos.

Coach: Tá ok

Psicóloga: Seus livros favoritos são sobre empreendedorismo e negócios. Filme favorito: relacionado a roteiros policiais. E no seu tempo de lazer eu acredito que você gosta de estar em família, estudar. Ouvir uma boa música.

Coach: Perfeito, vamos lá. Meu nome é Carlos. Então... Carlos Renato, então não ficou tão longe, né? Colocando o "Roberto" Então é Carlos, eu tenho 47 anos. Meu livro favorito? Eu gosto muito de livros de ficção. Tá? Então... E com relação ao meu filme favorito, eu gosto da... Do Matrix, o primeiro. Basicamente. Eu gosto muito dele. E no meu tempo de lazer eu gosto de ler livros, estudar, ver filmes, documentários. Esse tipo de coisa.

Psicóloga: Bom... Complicado isso né? Mas... Pela seriedade assim que você me passa. Eu... acredito que você seja escritor. E acredito que as pessoas julgam essa profissão como algo pouco acessível. Justamente porque tem que parar, sentar, abrir o livro e ler né?. Acredito que a maior contribuição que essa profissão tem pras pessoas é: Transmissão do saber. E acredito que o que te leva a escolher essa profissão foi a facilidade pra estudo e pra focar uma escrita né? E a pior característica dessa profissão é: Estar solitário.

Coach: Tá jóia. Bom, vamos lá. Na verdade eu sou engenheiro. Sou engenheiro da computação. Porém no meio do caminho... por isso que ia ficar complicado pra você, tá? Eu fui pra área de desenvolvimento de pessoas. Então, fui pra área de Coaching e treinamentos... Então, isso me faz agora, escrever bastante. Tá? Então, tem que montar apresentações, tem toda uma série de... Então, não tá... E ficaria bastante complicado você perceber essa transição também. Né? Saindo de engenharia pra... Então... Hoje, com relação ao julgamento das pessoas com relação à minha "Profissão" vamos colocar assim. Hoje eu tô muito mais ligado à trabalho e não uma profissão em si. Então... Eu acho que existe um pouco esse julgamento de você não ter uma... Uma linha reta bem clara do que você faz. Porque é muito mais trabalhos. Então, eu acho que existe algum tipo de julgamento com relação a isso. Que era muito menos na época que eu era engenheiro. Trabalhando como gerente de projetos, então é muito mais claro o que eu fazia. Porém, a maior contribuição que eu tenho hoje para oferecer às pessoas é: Transformar pessoas Então hoje a minha transformação faz com que eu fique bastante à vontade pra conversar com outras pessoas e também seguir nessa linha. O que me levou a escolher essa profissão foi... Eu percebia que o mundo corporativo onde eu estava... Quer seja por cenários que eu acabei entrando... Eu sentia que... Sabe quando você percebe que as pessoas estão seguindo um script. E um pouco doentes no mundo corporativo? Então eu senti que eu deveria sair desse mundo

Psicóloga: Uhum...

Coach: E eu tive uma característica interessante que foi... Em 2016, eu até coloco isso no meu perfil... Eu tive um mal súbito. Sabe? Um apagão. Então... desliguei, bati a cabeça no chão

Psicóloga: Mas...

Coach: Enfim, rachei a cabeça tal

Psicóloga: Teve um desmaio mesmo?

Coach: Sangue pra todo lado. Um desmaio. E foi excelente que foi um despertar. Porque eu tava em alguns ambientes bastante estressantes e eu comecei a perceber. Que eu deveria sair desses ambientes. Então eu já tinha formações, né? Nessa área de desenvolvimento de pessoas. E falei: poxa, por que não utilizar isso pro meu dia a dia?. Então aí eu comecei a utilizar essa...

Psicóloga: E você trabalhava com outros engenheiros? Como é que eram suas parcerias profissionais nessa época?

Coach: Eram projetos da área de informática. Então, pensa em projetos que têm geralmente prazos bastante rigorosos. Que geralmente mudam o escopo do projeto, e você tem que entregar. E eu como gerente de projetos tendo que interagir com esse meio, né? Falando agora a pior característica da minha profissão, imagino que é... Essa... Vontade de entender as pessoas? Isso é um... É um desafio, vamos colocar assim. E esse desafio, lógico, por um lado move. Mas por outro, quando você não atinge os resultados que você gostaria... Com quem você tá trabalhando. Você também fica um pouco... pensativo. Então isso é uma coisa que... Esse desafio constante eu vejo que é um grande ponto que eu colocaria como destaque. Bom, você foi bem agora, eu? Com relação a você? Vamos lá né. Imagino que a sua profissão. Seja da área de exatas.

Psicóloga: Uau

Coach: E é bem complicado essa segunda página ainda porque fica... né? Então eu imagino... arquitetura. Mas eu vejo também você como alguém que molde coisas tá? Transforme coisas. As pessoas julgam a sua profissão como algo interessante. A maior contribuição que a sua profissão tem a oferecer às pessoas é... Essa transformação de ambientes. Imagino você como

uma pessoa bastante... Atenta a detalhes. E por conta disso você consegue de repente... óbvio, imagino que deve tá errado aqui a sua profissão. Mas imagino que você é bastante atenta a detalhes. O que levou você a escolher essa profissão imagino, foi... Vocação. Vontade mesmo de... E a pior característica da sua vocação, imagino que você tem que se dedicar muito Tenha que estudar muito, ler muito e se atualizar bastante. Então isso é uma coisa que pode Gerar um pouco de frustração talvez.

Psicóloga: É... bom

Coach: É, vamos lá, essa segunda página tá tudo certo né?

Psicóloga: Legal, eu tô gostando disso! Enfim, acho que mais pra frente eu queria fazer outros comentários assim, mas eu vou deixar isso mais pro final desse papo e tal. Mas, de fato, eu trabalho transformando coisas. Não sou de exatas, mas na minha profissão tem muita lógica. Eu sou psicóloga de formação. E atualmente estou trabalhando com isso. Você disse que julga minha profissão como algo interessante, né? E eu julgo minha profissão como uma grande incógnita. Né? Porque muitas pessoas se perguntam ainda "O que que um psicólogo faz?", "Mas por que que é tão demorado?", "Por que que têm pessoas que ficam anos fazendo terapia e nunca saem da terapia?", "Por que que têm psicólogos que não atendem?", "Por que que têm psicólogos que estão focados na área do trabalho?", "Por que que têm psicólogos que estão focados na área da saúde?". Então acho que isso causa muito receio, muitas dúvidas e... Muitos questionamentos né? No imaginário das pessoas.

Coach: Entendo sim, sem dúvida...

Psicóloga: Acredito que a maior contribuição da minha profissão é a promoção à saúde, né? Informação sobre a saúde mental, desenvolvimento das emoções. Como que isso está atrelado no nosso cotidiano. E quando você falou que... né, eu gosta dos detalhes. Isso tá muito relacionado mesmo, porque... Psicologia a gente trabalha com detalhes

Coach: Sem dúvida

Psicóloga: Né? A gente quer saber dos detalhes, porque o grande, o geral... é o que tá pulando. Mas o detalhe é o que faz a diferença né? Então uma somatória de vários detalhes, corroboram num resultado, enfim. E... E sim, a gente trabalha transformando ambientes, né? O que me leva a escolher essa profissão... Eu não sei nem...Acho que vocação é uma palavra meio pesada, assim, meio. Como se fosse um dom divino assim e eu acho que não é isso, porque... Eu tive que estudar muito pra...

Coach: Mas você teve um momento onde você quis fazer isso.

Psicóloga: Sim, com certeza, desejei isso né? Esse desejo de transmissão de saber, de transformar as coisas e entender as pessoas. E não é tão simples né? Então acho que vocação não é uma... Eu entendo vocação como algo que você evoca. E traz

Coach: Mas eu imagino, só pra gente alinhar. Eu acho assim, essa questão de vocação é quando você lê a descrição de uma profissão. E fala: "poxa, isso é pra mim." Aí só pra... de repente a palavra não foi a melhor, né?

Psicóloga: Sim, sim. Não, mas eu entendi. Entendi. E o que me leva a escolher essa profissão é justamente isso. Articular esses saberes, fazer ciência. Escrever e estar em contato com a comunidade, né? Porque eu também entendo que não adianta a gente se isolar numa noz. E falar "Não, vou ser cientista" Não, todo cientista tem que tá inserido em algum grupo.

Coach: Aham.

Psicóloga: E articulando esses saberes nesse grupo, né? Creio que a pior característica da minha profissão... É a falta de união entre colegas. Isso é um pouco complicado mesmo porque a gente acaba se segregando por conta de abordagem, posicionamento político. Mas assim, a gente tem os nossos nichos, né?

Coach: Olha, nesse aspecto eu posso falar que...Existe até alguma... Sinergia com relação a essa questão de falta de unidade, né? Porque eu sou da área de Coach... também, né? E existe até alguns pontos onde existem... Alguns coaches que entram em atrito com relação à área de

psicologia. Né? Entra nessa... E por quê? Basicamente porque a área de coaching, por exemplo, não tá bem delimitada. Então se tá livre, você pode fazer qualquer coisa. Né? A menos que alguém pegue e fale "Ah, não pode isso" "não pode aquilo". Mas não pode o quê? Não tem nada ainda né, então... E quando você fala de unidade, como existem escolas também diferentes. É difícil você pegar e trazer todo mundo pro mesmo grupo. Né? Eu sinto também esta questão.

Psicóloga: Mas hoje você trabalha com pessoas... Como é que é o seu público? Me conta um pouco mais assim...

Coach: É que hoje eu trabalho muito mais com mentoria. Eu tenho formação em Coach, né? Completa e tudo. Mas devido à minha característica de ter trabalhado muito como gerente de projetos... Eu sinto que a minha questão de apoiar as pessoas como mentor acaba sendo muito mais forte. Lógico, tem as ferramentas de Coach e tudo, né? Mas... Eu acabo não seguindo a formatação normal de um atendimento de Coach.

Psicóloga: Mas existe um público que você percebe que é um público delimitado que te procura? Eu tô querendo dizer assim. Ah, geralmente me procuram mais homens, faixa etária... Delimitada por tal e tal idade...

Coach: Incrivelmente não. É bem livre.

Psicóloga: Bem diverso.

Coach: Sim. Não tem essa... Até seria importante quando a gente define o que a gente chama de "nicho", né?" Ah, vou trabalhar com esse tipo de público". Mas não, é muito diverso. Tanto é que tô apoiando uma pessoa com 75 anos, como têm de 30 então... Também faixa etária livre. Homens e mulheres também, então não tem essa... E treinamentos, né? Então na área de treinamento entra qualquer pessoa na sala. Então vamos lá. Bom, Coaching quântico pra você, é algo como... Eu não sei se você parou muito pra analisar essa questão. Então imagino que você deva ter algumas restrições com relação à esse tipo de... Divisão, até pelo que a gente tá conversando, né? Então... Imagino que deva ser alguma coisa que deva... Entrar no território da psicologia. Imagino eu, assim. Já a psicologia pra você é algo como... Sei lá, o que você gosta de fazer, o que brilha os seus olhos, tá? Na sua opinião, a maior diferença entre coach e psicologia... É o foco, é a atuação dele. Tá? O coach é pra uma coisa e a psicologia é pra outra. Na sua opinião, coaching quântico e psicologia, você pinta que não são complementares. E... E na sua opinião, eu imagino que... Se você chegou a pensar um pouco, avaliar um pouco sobre isso Imagino que você deva ver que coaching quântico é a ciência.

Psicóloga: É a ciência?

Coach: É ciência, né? Porque é "é ciência" ou "não é ciência" aqui, né? Então, existem elementos científicos nesse processo.

Psicóloga: Agora as minhas respostas né? Coaching quântico pra mim é uma coisa estranha e falaciosa, porque... Eu entendo que física quântica é uma coisa. Coaching é outra, né? Então acho que... Psicologia pra mim é uma profissão transformadora

Coach: Uhum

Psicóloga: Né? A começar pelo profissional, porque a gente primeiro precisa passar pelo nosso processo. Pra depois ajudar o outro a atravessar o processo dele. E na minha opinião, a maior diferença entre coaching e psicologia é justamente o processo, né? Porque o foco é óbvio. Que é a pessoa que tá procurando ajuda. Mas eu acho que o processo que é a maior diferença

Coach: O foco do processo na verdade, né? O que eu quis dizer

Psicóloga: Ah, sim. A resposta 4, você acertou, eu acredito que não são complementares. E eu não acredito que coaching quântico seja ciência. Física quântica talvez seja ciência. Mas, coaching quântico, não.. Porque eu nunca vi nenhum artigo científico sobre isso, então... Eu entendo que pra você o coaching quântico seja algo transformador. Né? Baseado no que você me contou, na sua experiência. Psicologia também. Algo transformador. E na sua opinião a maior diferença entre o coaching e a psicologia é o processo. Coaching quântico e psicologia

não são complementares também, eu entendo. E na 5 eu fiquei em dúvida. Daí eu realmente não deixei uma resposta. Fiquei realmente em aberto.

Coach: Não e aqui é legal até a gente conversar, até é importante pelo seguinte: Às vezes têm... Áreas do conhecimento que acho que carecem ainda de um nome que defina bem isso, né? Então, hoje... Quando a gente fala de Coach, por exemplo né? Do coaching em si Ele tá muito... Amplo, vamos colocar assim né? Então... Existe até uma grande discussão aí pra delimitar bem essas áreas, né? Então, eu imagino que, de repente até esse nome "coaching quântico", por exemplo, pode se transformar em algum outro nome. Tá? então. Na minha visão, o que que eu vejo como essa questão "quântica" aí?. É bem da física quântica em si. Então, é o que eu sempre falo...

Psicóloga: Mas por que que você transformaria em outro nome? Isso ficou estranho pra mim. Sou um pouco estranho.

Coach: Porque... Porque senão... A física quântica é uma coisa, né? Então, é o que eu sempre digo sobre a informação, energia, frequência e vibração. Então, isso aqui é uma coisa. Né? Que a gente trabalha e tal, enfim. Isso me dá essa visão de simplicidade e uma série de coisas assim. Quando você fala de coach. São uma série de ferramentas. Então, existem escolas diferentes de coach, né? Então existe essa discussão. E de repente você utilizar elementos da física quântica num processo. De repente pode ter um outro nome. É isso que eu tô colocando.

Psicóloga: Que é o coaching quântico

Coach: Porque realmente pode causar estranheza falar de coaching quântico, por exemplo. Do mesmo jeito que você falou, que parece algo meio falacioso então se algo que dado um nome, a gente precisa explicar o que que é... De repente seria interessante criar um outro nome. Fica muito mais prático. Por exemplo, psicologia, você consegue identificar o que que é... De repente você é psicóloga mas com foco na área da saúde, então de repente têm outras características. Né? Então... mas você concorda que fica claro? Para as pessoas em geral o que que é psicologia?

Psicóloga: É... psicologia sempre foi psicologia né?

Coach: Então... mesmo tendo algumas transformações. Mas o "core" é o mesmo. Né? O núcleo, né? Da psicologia. Então... Eu concordo que de repente o nome "Coaching Quântico" por exemplo... De repente ele foi utilizado pela falta de um nome melhor.

Psicóloga: Que nome você daria pra ficar melhor?

Coach: Ah, é que também... né? Pode gerar um pouco de, mas eu colocaria como um coaching com utilização de processos de física quântica.

Psicóloga: Mas você acha que isso venderia? Porque é um nome comprido, né?

Coach: Então, aí é a questão, aí você coloca "coaching quântico", né?. Mas... É um... Eu também não me coloco como "Coach Quântico". Colocar assim, no cartão, por exemplo. É "Coach" e tal, enfim... Mas, hoje eu dou muito mais treinamentos de física quântica. Sem relacionamento com coach. Do que exatamente ter um processo desse, mas... Num processo normal, "Ah, vamos fazer o chamado 'coaching quântico'?" Vamos. Então beleza.

Que tal a gente começar a enxergar as coisas como energia, frequência, vibração. E aí, quando você utiliza as ferramentas do coaching olhando com esse viés. Então, é algo um pouco diferente. Então, eu vejo dessa maneira. Então, eu sinto que falta um nome melhor pra isso...

Mas, só pra gente tá alinhado, eu vejo que... Quando a gente fala de coaching quântico em cima da explicação que eu dei, eu vejo que é uma ciência. Tá? Não tá fora disso

Psicóloga: Mas o que que é ciência pra você?

Coach: A questão da física quântica.

Psicóloga: Tá... mas e...

Coach: Então, existem estudos...

Psicóloga: Tá, essa resposta tá um pouco vaga. O que que é, que se precisa fazer para ser ciência? Pra você?

Coach: Ué, não são experimentações?

Psicóloga: E...?

Coach: Não é o fato de você pegar e ter comprovação de coisas?

Psicóloga: Tá, mas não é só isso, certo?

Coach: Não, é parte.

Psicóloga: E o que mais?

Coach: Ué, quando começarem a fazer... Física, por exemplo, só física quântica. Você vê que é ciência ou não?

Psicóloga: Eu não sei nada sobre física quântica. Não posso opinar sobre isso.

Coach: Então, eu vejo que é uma ciência. Tá? Então... Utilizando a física quântica e considerando que ela é uma ciência. Eu vejo que ela é uma ciência. Agora... O coaching. Quando a gente fala de coaching... Se coaching é uma ciência, ela por si só. Eu não sei ainda porque tá em discussão o que que é até coaching.

Psicóloga: Então, coaching é uma palavra inglesa. Que significa treinamento ou treinador

Coach: Não, quanto a isso estamos alinhados

Psicóloga: Né?

Coach: Então se a gente considerar só... O coaching quântico aqui

Psicóloga: E...

Coach: Eu até resignificaria e colocaria que não é ciência, mas... Eu não posso me esquecer que física quântica pra mim é ciência.

Psicóloga: Tá certo

Coach: Então os dois juntos... Aí de repente até mudaria aqui como "ainda não é ciência". Porque falta definir direito o que que é coach.

Psicóloga: Certo, vou te dar um... Só te contar uma história. Eu acredito, se eu não estou equivocada... O coaching, ele é um braço da psicologia. Certo? Ele surge aí em meados dos anos 60, 70 com uma questão de necessidade. Enquanto o relacionamento em empresas, em organizações. Porque as pessoas começaram a perceber que simplesmente. Não dá pra você ter sucesso, desenvolvimento pessoal. Se você não souber lidar com as emoções das pessoas que estão trabalhando com você.

Coach: Tem várias origens né?

Psicóloga: Aquela coisa que você falou do ego, né? Cada um tem o seu ego, o ego não é o grande inimigo aqui, né?

Coach: Sim

Psicóloga: Muitas pessoas acham que "Ah, vamos exterminar o ego" Não! A gente tem que ter um ego, né? Porque, é com o nosso ego que a gente trabalha, que a gente vai pra rua. Que a gente conversa com as pessoas, que a gente namora. Que a gente casa e se relaciona, têm filhos, enfim. Então o coaching surge dessa necessidade. Né? Inicialmente ele era aplicado em empresas. Pra organizar grupos e os grupos terem mais fluidez, mais contato, mais relação. E de repente isso começou a pipocar e a fervilhar e borbulhar... Por aí né? Eu não sei exatamente como isso aconteceu. Acho que o advento da internet e das multiplicações aí...

Coach: Mas você diz borbulhar o coaching ou a utilização dele de modo amplo?

Psicóloga: A utilização dele de modo... Avassalador assim, em tudo que é área.

Coach: Isso eu concordo totalmente com você, porque assim... Você concorda também que o fato de você não ter bem claro o que é coaching... Tudo bem, você pode olhar a origem e tal, tudo bonitinho mas... O modo de... de repente, uma pessoa pega

Psicóloga: É, o fato de não tá bem claro o que que é... Cria uma lacuna aí pras pessoas se aproveitarem disso. E usarem isso pra colocar em qualquer buraco né? Eu entendo que sim, cria esse gap né?

Coach: É porque, por exemplo, aí a gente têm que... Quando eu falo da física quântica em si... Eu confio muito no que tem sido já descoberto e trabalhado em cima da física quântica. E como

que isso impacta na gente e em todo mundo. Isso é uma coisa. Já o coaching é uma definição que depende de quem você fala, de quais escolas participou, de quais vivências teve... Muda a definição. Então esse termo aqui ainda tá meio em aberto. Tanto é que tá tendo discussões sobre isso. Né? Inclusive nesse momento tá tendo discussões pra definir bem essa carreira. Porque senão, o que acontece? Quando você tem uma equipe multidisciplinar trabalhando... De repente o coaching vai tá entrando em áreas lá que ele não era pra ele tá entrando. Então isso faz todo sentido, então de repente vamos colocar assim...

Psicóloga: Então o coaching tá entrando em áreas né? Que ele... Não deveria tá entrando

Coach: Isso eu concordo totalmente, que não deveria. Não, isso tá perfeito. Então, por isso que eu falo, quando eu coloco aqui a questão do coaching quântico... É de repente na falta de um termo melhor naquele contexto. Então eu imagino que... E aí eu separo bem as coisas então eu... Amo a física quântica, pra mim, quando eu comecei a olhar isso parece que eu já nasci com isso na mente. Mas eu concordo também que a questão do coaching falta uma melhor definição aí pra...

Psicóloga: E se... e o que que é só o coaching? Isolado assim, pra você? Só o coaching. Sem o "quântico"

Coach: Ah, se você for ver bem, você tem a questão de... Utilização de... E aí eu vou pegar uma definição só então, né? Tem aquela definição básica. Né? Que é você conversar com alguém e tal... Enfim, fazer um processo. Né? X processos. Tem pessoas que falam que são "x sessões", enfim... Eu não acredito muito nisso, depende muito. Mas é pra você pegar uma situação que a pessoa queira...

Psicóloga: Não, mas...

Coach: ...atingir

Psicóloga: Tá

Coach: E daí ela obter isso através da utilização de ferramentas.

Psicóloga: Isso pra você é coaching?

Coach: Esse é um pro... você apoiar essa pessoa a chegar até lá.

Psicóloga: Mas eu não tô entendendo, "coaching" é o processo ou o aplicador do processo?

Coach: Não, "Coach" é o nome do aplicador.

Psicóloga: Coa..ch

Coach: Coachee é quem recebe o processo. E coaching é o processo

Psicóloga: Tá.

Coach: Então... e aqui... Seria um conjunto... quando a gente fala de coaching é um conjunto de ferramentas pra utilização em alguma coisa.

Psicóloga: Mas não é um pouco estranho pra você... Portar uma profissão que... Não tem uma definição? Exata, assim?

Coach: Depende. Porque eu gosto muito de olhar a questão do... Do resultado com as pessoas, né? Então, se hoje você não tem uma definição melhor...

Psicóloga: Tenho uma pergunta pra você... Como é que é a sua base diagnóstica pra você... Entender do que que a pessoa precisa realmente?

Coach: Na verdade ela que acaba dizendo o que ela quer, então como o foco... Porque o foco aqui não é cura

Psicóloga: Mas o que a pessoa quer é o que ela precisa? De fato? Porque o paciente chega e fala pra mim e fala: "Ah, eu quero que o meu marido me ame."

Coach: Tudo bem, vamos pegar isso como premissa

Psicóloga: Mas o que ela quer é o que ela vai ter? O que ela quer é o que ela precisa? Às vezes ela quer que o marido ame muito, mas ela na verdade tá precisando de liberdade.

Coach: Aí é o efeito cebola, você pode ter alguém que por exemplo...

Psicóloga: Efeito cebola?

Coach: É, porque você tá mostrando uma coisa só que tem camadas, né? Então, na verdade você... O coaching em si é o... Falando do coach. Tá? Então a pessoa vem: "Ah, eu to querendo um novo emprego" por exemplo. De repente ela não quer um novo emprego, ela quer mais liberdade. Quer uma série de outras coisas que não é exatamente esse novo emprego. Tá ok? De qualquer forma... O processo de coaching, qual que é? Então tá bom, nós vamos utilizar aqui, ferramentas... Pra verificar essa aderência ao que você quer, e então definir passos, é um processo bem definido pra chegar onde você quer. Legal. No meio do processo você percebe que têm N questões familiares envolvidas ali. Aí é que tá o ponto que você tá colocando. Esse profissional tem que cuidar disso ou não? Na questão do coach, eu imagino que não.

Psicóloga: E que profissional você indicaria pra cuidar disso?

Coach: Aí vai depender muito mas, por exemplo, de repente pode ser uma questão de um psicólogo.

Psicóloga: Você passou por um processo de coaching?

Coach: Uhum.

Psicóloga: E como foi?

Coach: Foi... nesse ponto foi... inclusive eu tenho coaching né? Também. Eu sigo um processo de... mas é bem nessa linha. Tá? Do mesmo jeito que eu passei por um processo de física quântica pra cuidar de coisas de passado

Psicóloga: Eu nunca passei por um processo de coaching e não passaria. Sinceramente...

Coach: Então, porque ele dá resultado.

Psicóloga: Tá, mas assim...

Coach: Agora depende do que vo... Porque assim, a gente

Psicóloga: O que que a gente tá falando como resultado aqui?

Coach: A pessoa obter o que ela quer no processo

Psicóloga: Entendi... Então, no fundo isso tudo é pra pessoa obter o que ela quer?

Coach: Sim, nesse caso

Psicóloga: Então a pessoa que está deprimida. Porque ela não sabe lidar com as próprias emoções. Ela quer acabar com a...

Coach: Não. Mas ela não iria pra um processo de coaching.

Psicóloga: Ela quer acabar com a depressão dela. E aí ela vai buscar um psiquiatra porque ela quer tomar um remédio pra acabar com o sentimento de tristeza. Será que ela quer acabar com a tristeza...? Será que... no fundo ela quer acabar com a tristeza, mas... Será que é adequado a gente só acabar com a tristeza dela e... deixar ela... Sem saber lidar com as emoções? Será que não seria... Mais coerente a gente ensinar ela a lidar com as emoções?

Coach: São duas... sim. Mas isso, o coaching não visa resolver, né?

Psicóloga: Não... tudo bem que não visa. Não visa mesmo

Coach: Agora quando eu te falo, por exemplo

Psicóloga: Mas o que eu tô querendo dizer é... Muitas vezes o paciente quer uma coisa. O cliente, que seja. Cada psicólogo vai chamar de uma forma. Mas, a gente não têm que se preocupar em dar essa coisa que ele... Quer ou acha que precisa

Coach: Não, aí a gente entraria em outras áreas, né? Por exemplo. O termo "apometria" pra você... você conhece?

Psicóloga: Conheço.

Coach: Então. É um processo.

Psicóloga: Do coaching?

Coach: Não, não é de coach. Apometria não tem nada a ver com coach. Né? Tem a ver com física quântica. Né? Então... Agora, se alguém pega e utiliza a apometria... por exemplo, só pra gente usar aqui, num processo de coaching... Se ele usa é porque falta ainda essa delimitação. Então... se tá certo ou errado? Também... Né? Fica uma coisa meio jogada. Então falta definir bem isso, né? Mas, por exemplo, se você pega a apometria, é um processo bastante eficaz. Tem

resultados. Isso é comprovado, dá certo. Então... Depende muito, então... O que eu acho que a gente tá questionando aqui é utilizar isso tudo num caldeirão só, né?

Psicóloga: É que quando a gente fala de resultados, traz um discurso muito capitalista e muito do consumo. E a psicologia é anti... Anti-capital nesse sentido. Porque... não tem nada a ver. Né? A gente não têm que transformar as pessoas em máquinas de resultados. O fato dela não conseguir o emprego na área que ela acha que ela quer... Talvez signifique tantas outras coisas... Né? Talvez signifique que ela não tem autoestima boa o suficiente. Talvez signifique que ela não quer de fato aquele emprego. Talvez signifique que ela... Já tenha o que ela precisa. Então... muitas coisas podem significar. Então a gente não têm que... sabe? É muito mais delicado do que só superficialmente falando. E... isso é complicado mesmo. Eu tô numa... eu sigo uma página no Facebook. Que ela visa desmascarar algumas falácias dos coaches, né? Porque, pra você ter noção... Muitas pessoas, muitos pacientes chegam detonados por essas práticas. Né? Têm pessoas com quadros psicóticos gravíssimos Sabe? E tem coach que chega a falar pra pessoa: "Não, você pode parar de tomar os seus remédios. "Você não precisa disso. Isso é coisa que a medicina inventou pra te dopar." Sabe? Ou então pessoas que têm problemas muito fortes de timidez... De...

Coach: Mas isso também, eu imagino que deva ter esse tipo de comportamento em todas as áreas... Isso eu não tô dizendo que tá certo, tá? Mas esse tipo de comportamento eu vejo como errado.

Psicóloga: Então. E como isso é complicado, né? Porque... Muitas pessoas nessa página que eu te falei, as pessoas se dedicam a "desmascarar os coaches", vamos dizer assim. Então eles pegam e chamam o coach no inbox e começam descrever sintomas próprios da psiquiatria/psicologia. E o coach promete um resultado milagroso em semanas. Desde que ele pague o pacote que é onerosíssimo. Isso é uma outra prática que nós psicólogos não temos assim. Eu não posso falar pro paciente: "Olha, minha hora é 200 reais e ponto." Né? "A minha hora é 200 reais mas a gente pode acordar um valor que seja confortável pra você." Porque de repente ele não pode pagar aquilo. Né? Bom, mas, enfim essa é uma outra discussão. A questão é que muitas pessoas com demandas psiquiátricas estão procurando coaches que estão prometendo pra elas resultados.

Coach: Mas também não é complicado você considerar toda uma classe que tá sendo criada devido a esses profissionais que fazem esse tipo de coisa?

Psicóloga: Então... Mas é isso que é complicado Porque essa classe tá denegrindo. Eu entendo como coaching, ele é um braço da psicologia. Até então, quem poderia exercer essa profissão de coach era só o psicólogo Né? Dentro de organização. E não fora. E o que eu vejo hoje é o coach sendo trazido pra fora da organização.

Coach: Então, mas quem fez isso? Porque se é uma coisa que...

Psicóloga: Os próprios coaches.

Coach: Não, não. É que você falou que... Se só psicólogos poderiam ser coaches

Psicóloga: Uhum

Coach: Né? Tem muitos... por exemplo, eu sou coach e não sou psicólogo.

Psicóloga: E você como engenheiro de computação, como é que funciona? Porque eu entendo que você mudou totalmente de uma área pra outra, né? Você foi da engenharia da computação, pra desenvolvimento de pessoas com física quântica.

Coach: Uhum.

Psicóloga: Eu não vejo onde que essas áreas são correlatas.

Coach: E por que não?

Psicóloga: Porque uma coisa é computação, fios, softwares, hardwares-Lógica, né?

Coach: Na verdade eu vejo como lógica

Psicóloga: Matemática... E outra coisa são pessoas. Emoções...

Coach: Sim

Psicóloga: Sentimentos, sensações, percepções... Distorções de realidade, porque cada um tem a realidade distorcida à sua maneira. Uns mais, outros menos

Coach: Sim, sem dúvida. Mas eu me apoio em coisas que eu aprendi lá atrás no que eu faço hoje. Basicamente questões de lógica, todo o conhecimento que... Mas tem, lógico, toda uma questão pessoal que hoje me apoia também.

Psicóloga: E por que que você não escolheu psicologia? Já que o seu intuito era trabalhar com desenvolvimento de pessoas?

Coach: Porque é uma outra visão, porque assim... Eu... Quando eu... Falando de física quântica, processos quânticos aí, não tô nem falando de coaching quântico, tô falando de processos quânticos aqui. A ideia, qual que é? É você pegar e... Verificar emoções que a pessoa tenha, esse tipo de coisa e ressignificar isso de modo... Rápido, vamos colocar assim. Já outra, né? Desenvolvimento de pessoas é processo de assessment, por exemplo "Vou fazer um assessment com você", então tem uma ferramenta que você passa pra pessoa, a pessoa responde e aí você tem uma visão de como que a pessoa está

Né? Na verdade é como se fosse uma fotografia, é o instantâneo de como ela está. Isso...

Psicóloga: Isso em um questionário?

Coach: É um questionário

Psicóloga: Sabe quantas sessões um psicólogo pode levar pra ter esse questionário bem delimitado? Até 8 sessões. Pra levantar um questionário sobre uma pessoa.

Coach: Não, mas depende da profundidade que você quer. Então, por exemplo, quando eu falo de um...

Psicóloga: Então, você tá dizendo que vocês não trabalham em profundidade.

Coach: Não, não tô falando isso, tô falando que esse processo por exemplo, de assessment que quando eu fal... Nós né? Eu tô falando de um processo de assessment. Inclusive muitos são validados aí pela... Com relação à psicologia, né?

Psicóloga: Mas então você tá utilizando testes e acessos na psicologia, isso?

Coach: Não, nesse caso não. Quando eu uso o disc por exemplo, o disc não é. Né? Então isso tá bem claro também, tá? Não tem nenhuma enganação nisso. Vamos fazer um processo aqui de mapeamento comportamental. Então, existem processos validados, existe uma empresa por trás disso, por exemplo. Então o processo comportamental que é o instantâneo de como a pessoa está.

Psicóloga: E como a pessoa está é como a pessoa é?

Coach: Não, como a pessoa está. Esse é o processo... o disc por exemplo é como a pessoa está, não como ela é. Como ela é são outros processos.

Psicóloga: Então você tá mexendo num processo de como a pessoa está Certo?

Coach: Isso, esse é o foco.

Psicóloga: O que a pessoa é lá no fundo não é visto?

Coach: Nesse processo, não.

Psicóloga: E depois que ela passa por esse processo tal, alcança o resultado lá que ela gostaria de alcançar... Isso volta depois, né?

Coach: Depende, de repente não. Porque tem, às vezes têm pessoas que não querem mexer em nada lá de trás. Então, tá bem...

Psicóloga: Mas isso não é necessariamente uma escolha consciente, né?

Coach: Eu sei que não, mas tem gente que sabe que existem coisas a serem vistas, mas não querem mexer naquilo. Então, nesse ponto eu tô sendo bem claro. Com relação a assessment, por exemplo, é algo bem específico que é atuado. Então não é pra mexer em nada de... E eu, por exemplo, não vejo nenhum problema de pegar alguém e falar assim: "poxa, você precisa de um psicólogo" Então isso não tem... Mas! concordo novamente com você, existe hoje uma... Uma... Bagunça com relação a coach que tá entrando em áreas

Psicóloga: Agora eu queria entender outra coisa assim... Porque...

Coach: E nem viramos a folha ainda

Psicóloga: Porque eu tô entendendo, se é que eu tô entendendo alguma coisa do que você tá me dizendo.

Coach: Senão a gente fala de novo, hein?

Psicóloga: Não! Já foi falado o suficiente. O que eu entendo é o seguinte: Você tem um perfil então. De pessoas que têm um repertório de ideias já bem articulado pelo que eu estou entendendo. O que eu quero dizer é: Você não faz nenhuma intervenção com uma pessoa que sequer sabe sobre as emoções próprias

Coach: Ah, não...

Psicóloga: Porque, você concorda que as pessoas estão em vários níveis? De conhecimento... de autoconhecimento, de conhecimento... reconhecimento do outro

Coach: É que coach é algo muito específico, né? Então, eu quero...

Psicóloga: Mas quem é o perfil de pessoas que você atende, então? Só pra eu entender que tipo de coach você é.

Coach: Não... na verdade fica aberto, é pra qualquer pessoa

Psicóloga: Tá, mas deve ter alguma característica que caracteriza um perfil, assim, de atendimento

Coach: Resultado rápido em alguma coisa

Psicóloga: Tá, mas...

Coach: É o foco em um resultado bem definido.

Psicóloga: Essas pessoas têm uma profissão em comum? Têm um aspecto da vida que seja comum pra todas elas...? Pensa.

Coach: Olha... bom, a maioria é do mundo corporativo, tá?

Psicóloga: A maioria é do mundo corporativo?

Coach: É.

Psicóloga: Tão em uma posição...

Coach: Aí, como eu fui muito gerente, então é mais gerentes pra cima.

Psicóloga: Então você trabalha com pessoas do mundo corporativo... Imagino que pra... Foco no corporativismo, no profissional. Seria isso?

Psicóloga: Ah sim. É muito profissional. O foco é no profissional

Psicóloga: Entendi. E por que você não me disse isso antes?

Coach: Por quê? Como assim?

Psicóloga: Por que que você ficou dando essa volta toda em volta da quântica e do...

Coach: Não, porque a gente tá falando de coaching quântico aqui, né...

Psicóloga: Tá, mas assim...

Coach: E aí a gente entrou na questão coaching

Psicóloga: Quando eu perguntei qual era o perfil que você atendia, você não respondeu Porque isso não tava bem delimitado pra você? Não tava bem definido? É isso? Tô querendo entender mesmo.

Coach: Essa pergunta não foi bem... porque assim... Eu trabalho muito com o pessoal do mundo corporativo. Quanto a isso, não...

Psicóloga: Entendi

Coach: Isso não tem dúvida, tá? Isso não...

Psicóloga: Não, eu tinha dúvida.

Coach: Ah, tá. Não, porque a gente entrou num mérito, aí só pra gente tá alinhado Com relação à definição de palavras aqui né? Do... Da limitação de cada um dos itens. Ah, tá. Então, quanto a isso eu concordo que existe uma confusão e tal, mas eu atuo em cima desse público.

Psicóloga: Quando você fala do seu serviço, você se vende como coach quântico? Faz o seu marketing pessoal em cima disso?

Coach: Não

Psicóloga: Como é que você faz o seu marketing? Só pra eu entender.

Coach: Não, na verdade é "Coach". "Master Coach". Entra como "Master Coach" Porém, se você olhar meu perfil, olhar essas coisas, eu vejo a física quântica como algo muito importante pra mim.

Psicóloga: Bom, antes de te conhecer eu coloquei que provavelmente seria seu amigo, né... Aqui colocando amigo claro, né? Colegas. Assim, né?

Coach: Lógico, estamos iniciando o processo

Psicóloga: Não nos conhecemos profundamente. E depois de te conhecer, assim, depois dessa conversa toda, acho que eu continuaria, né? A gente poderia continuar conversando e falando mais sobre... Eu acho que nada como o diálogo em uma boa discussão saudável, né? Pra gente... Né? Trocar conhecimento, acho que isso é o mais importante de tudo. Trocar experiência, trocar conhecimento. E... né? Como eu te falei, Eu vim aqui e trouxe uma informação que você não sabia sobre as pessoas fazendo o que tão fazendo com o nome do coaching

Coach: É, não tava nem no meu radar isso

Psicóloga: E isso é uma preocupação que inclusive vocês que têm uma ética de trabalhar com um nicho específico deveriam se preocupar, né? E acredito que pra você soou bem preocupante isso.

Coach: Não, a gente tem uma revista eletrônica inclusive, eu vou até colocar esse assunto em pauta lá. Então, seremos amigos?

Psicóloga: Seremos amigos, seremos amigos.

Coach: Tá jóia, beleza. Então, toca aqui.

Psicóloga: Se um dia eu entrar em contato com algum executivo... Top. Que queira ser mais top ainda, eu te

Coach: Não, e mesma coisa

Psicóloga: Te indico o contato.

Coach: Se eu vejo que alguém precisa, e muita gente precisa né? Encaminho pra você.

-----Fim do vídeo -----

ANEXO B

Todos os comentários abaixo foram coletados em 11 de Novembro de 2019 por meio da plataforma YouTube no campo de comentários do vídeo “Colocamos uma psicóloga e um coach quântico pra conversar (sem que eles soubessem)” do canal Spotniks. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XE67NDX9Ci8&feature=youtu.be>. Acessado em: Janeiro de 2020.

1.

LH Moreno 3 meses atrás

Tenho certeza que o Carlos Renato sabe mais e argumenta muito melhor do que nesse vídeo.

A ironia é que quando ele se viu defrontado com uma pessoa que abomina a sua profissão, ou o que vem sido feito dela por alguns, permitiu que aquilo que mais ele preza escorresse por suas mãos, a inteligência emocional.

Não tem jeito, seja você quem for, saiba o que souber, se a emoção tomar as rédeas, não há conhecimento formal, educação, nem sequer controle inibitório que te segure O cérebro entra em parafuso e as ideias deixam de ser concatenadas..

Como costume dizer.... A vida sem emoção não tem graça, mas com muito dela é uma desgraça.

Parabéns Carlos!! Parabéns Jéssica!! Parabéns ao programa... Cada vez mais interessante.

2.

Jefferson Junior Flintz Galvão Ramirez 3 meses atrás

@bulasha que diagnóstico bonito! Vc tbm é coaching?

3.

Jefferson Junior Flintz Galvão Ramirez 3 meses atrás

@Luciano Ferreira Ela disse que entender as necessidades das pessoas, que é essencial na profissão dela, é independente do consumo, do mundo corporativo e td mais. Até pq ela disse algumas vezes "entender o que a pessoa precisa e não dar o que ela quer". Não precisa distorcer o que ela disse e misturar com o pensamento político que ela parece ter. E ela tem td direito de se sentir incomodada por uma profissão que pode se confundir com a dela em descrição e ao mesmo tempo não ter necessariamente o mesmo rigor de atuação. E ela não foi realmente desrespeitosa, parece que ela estava se segurando pra não ser debochada e tentando entender de fato o que o Carlos via na profissão dele e se ele valorizava a ética na profissão. Parece que ela de fato estava testando ele e sendo cética.

4.

ANDY 3 meses atrás

@Luciano Ferreira pra quem faz psicologia (nao sei se vc faz) é comum debater o preço para atender o paciente pois ainda é um serviço q nao chega a todos pelo preço, sobre as discordância ha muito pela linha q se escolhe, behaviorista, psicanalítica, gestalt e etc o q faz ter discordância no proprio nicho de psicólogo.

5.

Nicolas Ariel I 3 meses atrás

Ela é caçadora mesmo ajjsnss

6.

Lucca Beurmann 3 meses atrás

"O coach é um braço de psicologia", sim o terceiro braço que surgiu da radiação de Chernobyl

7.

Tio Tsu 1 mês atrás

Efeito cebola: Quando você sabe que a única preparação do coach foi assistir Shrek na noite anterior.

8.

Paloma Freitas 1 mês atrás

- O que é ciência para você? - A questão da física quântica. - Tá, mas essa resposta ta muito vaga. Hahahahahahah MORTAA

9.

Kiara Cristina 1 mês atrás

"Aí é o efeito cebola." "Efeito cebola?"

Eu: KAKAKAKAKAKAKAAKAKAKAKAKAKAKAKQKQ (Parece a cena do Shrek que ele ta caçando qualquer coisa pra dizer e sai 'pessoas são como cebolas. As cebolas tem camadas, as pessoas tem camadas, tudo tem camadas')

10.

Pedro Reis 1 mês atrás

"Psicóloga: O que seria ciência? Pra você, o que seria ciência? Coach: Física quântica Psicóloga: Sua resposta foi meio vaga, né? Mais oq? Coach: Experimentos Psicóloga: Não é só isso, mais oq seria? Coach: Em partes Psicóloga: Sim, mais oq seria ciência? Coach: Então, eu acredito que física quântica é uma ciência, logo, se for considerar física quântica como uma ciência, física quântica é uma ciência" Cara, ela perguntou oq é ciências, NAO OQ É FÍSICA QUÂNTICA

11.

Carol Lima 3 meses atrás

Psicóloga: Estudei, Pesquisei, Li muito e etc... O tiozão: "Haaa passei mal, bati a cabeça e virei Choach Quântico"

12.

Mateus Felipe 3 meses atrás

Os caras n sabe abrir 1 conta do **Griffiths** e acha q entendem física quântica.

13.

GlobetrotterBR 3 meses atrás

@T P Quem começou com essa história de "coaching quântico" foi o vigarista e pilantra indiano Deepak Chopra, que foi devidamente desmascarado e massacrado por **Richard Dawkins**. Ele deve ter lido alguns livros do indiano.

14.

Juliana Martinez 3 meses atrás

Coloca a **Elainne Ourives** para debater com essa psicologa .. queria ver quem ia dominar a conversa!!!

15.

Daniel Wyllie L. Rodrigues 3 meses atrás

@M Pereira Concordo contigo. Olha que **sou engenheiro de computação formado na PUC-Rio**. Esse cara vem falar que usa lógica. Tá de brincadeira? Mudou de profissão por incapacidade, só pode ser.

16.

Carlos Henrique 3 meses atrás

Eu **conheço** as duas áreas tanto a psicologia como o Coaching e ao meu ver a Psicóloga foi sim arrogante todo tempo querendo se manter a cima. Achei o Coaching um pouco tímido e despreparado para essa entrevista. E a Psicóloga achando que estava em um debate político sempre querendo respostas que saciasse suas perguntas.

17.

Pablo Marques 3 meses atrás

@Ze Toba Acredito que ela descarregou um pouco da revolta com o que essa galera está fazendo na área dela e ver um cara totalmente despreparado como esse tira a gente do sério mesmo. Falo isso por mim, **sou engenheiro civil** e me deparo diariamente com Dr. Pedreiro fazendo merda em obra e dizendo que sabe mais que engenheiro. É complicado pow... a gente estuda anos na faculdade e durante toda nossa carreira pra entregar o melhor da profissão e ver alguém desse nível, falando tanta asneira, é de ficar puto mesmo... o cara não sabe nem o que faz da vida. **Conheço** alguns coachs, e digo com convicção, todos são oportunistas e a própria vida é uma bagunça, inclusive dos filhos.

18.

Renato Diniz 3 meses atrás

Essa galera dizendo que a psicóloga foi mal educada só pode estar de sacanagem. Ela fez perguntas simples. Esse animal é que não foi capaz de responder nada sem dar voltas.

19.

bulasha 3 meses atrás

@Ze Toba Senti vergonha dessa psicóloga, extremamente arrogante, sentindo-se superior. É uma pobre coitada que está desesperada querendo ser importante. O coach foi extremamente equilibrado e educado, mostrou profissionalismo e educação.

20.

Alessandro Alves 3 semanas atrás

Existem ótimos nomes pra substituir o termo "Coach quântico": 1) Charlatanismo 2) Pseudo ciência 3) Baboseira 4) Perda de tempo ...

21.

el barto 3 meses atrás

que mulher arrogante. com uma profissão bosta, psicologia que é só ouvir sem falar bosta nenhuma se achando a tal

22.

Luciano Ferreira 3 meses atrás

Percebam que num determinado momento ela falou que se afastou de alguns amigos por discordâncias políticas. Num outro momento ela tentou colocar a psicologia como uma profissão "anti capital", ao mesmo tempo que tem medo de perder mercado para o "charlatão". Ou seja, comunistinha de ifone detectada. Além do mais, foi desrespeitosa, pois se sentiu ameaçada enquanto profissional, e isso é nítido.

23.

soberania brasileira 3 meses atrás

@Renato Diniz a psicóloga parece ser "anti-capital" ela parece ser comunista

24.

Ketlen Rodriguês 3 meses atrás

Kkkkkkkkkk mano o cara tá falando que ser coach é ciência e vocês querem que ela tenha respeito? Por favor né pessoas, por favor.

25.

Ze Toba 3 meses atrás

a mulher foi muito grossa com o cara, tratando ele como uma criança, mesmo não acreditando em coaching eu acho que ele deveria ser respeitado

26.

Marcos Campanha 3 meses atrás

@Ze Toba É óbvio, respeitar coach que se diz utilizador de FÍSICA QUÂNTICA???? O cara nem deve saber física quântica, provavelmente nem sabe o que é uma integral ou uma derivada, ele é um verdadeiro charlatão

27.

Camila Custodio 2 meses atrás

@Ze Toba Finalmente um comentário lúcido. É nítido o pré conceito dela, pelo fato de ela pensar que psicologia é superior ao coaching. Agora realmente ele ficou nervoso, diante da resistência dela. Uma pena, porque poderia ter havido um momento de insight que são abordagens diferentes mas com o mesmo propósito, ajudar pessoas. Existem coachs péssimos assim como péssimos psicólogos. Isso não desqualifica nenhuma abordagem.

28.

Bruno Xavier 3 meses atrás

Me passa um sentimento de pena desse senhor em ver sua insegurança em definir o que ele recorreu para ser seu ganha pão, sei lá, vergonha alheia.

29.

Josi Ap. 3 meses atrás

Também reparei que ela não teve humildade ao conversar com o coach. Sempre podemos aprender algo, ainda que seja de alguém a quem, a princípio, não queremos dirigir a atenção.

30.

Carlos Eduardo 3 meses atrás

Galera tentando defender o coach skoaskoaksoak Não é só coach que tem que se foder. Quem defende também tem que tomar no cu também. #pás

31.

M Pereira 3 meses atrás

Ela não foi grossa, agiu de forma corretíssima. Questionou; colocou contra a parede e com base porra Vão ficar com pena de charlatão? Primeiro que quem fala física quântica já sei que não entende nada. A física moderna tem a mecânica quântica e diversas outras áreas. Outra coisa, se o profissional está certo do que está falando porque ele se embolaria? Se questionasse ele sobre engenharia de computação ele teria propriedade no que falava, então pronto, essa não é a área dele. Não tem que ter respeito por mentirosos. Coach é um braço da psicologia, imagina se amanhã qualquer enfermeiro começar a receitar remédio, etc. Estudante de biologia começasse a operar gente... sejam sensatos! Parem com essa merda de sensibilizar por mentirosos. Estava na cara que ele não fazia idéia do que trabalhava, essa estupidez é um insulto à psicologia.

32.

João Pedro Tezza 3 meses atrás

Meta: desprezar todos os coachs Obstáculo: nenhum

33.

tais padii77 3 meses atrás

Gostei do coach, se eu pudesse dar uma nota seria dó

34.

Maurici de oliveira 3 meses atrás

Cheguei a conclusão que foi tudo armação. A família do coach queria levá-lo ao psicólogo, mas ele se negava. O caso foi passado para um psiquiatra.

35.

me 000 1 mês atrás

Ele risca a folha td hr deve ta fznd uns desenho mt foda

36.

Nicolas Reinaldet 1 mês atrás

"...usar ferramentas de física quântica...." Coaching quântico: Por favor enfie a cabeça nesse acelerador de partículas.

37.

Juliana Soares 3 meses atrás

A vida é mesmo imprevisível, num dia você é engenheiro no outro você bate a cabeça, perde os sentidos e vira coach.

38.

Ketlen Rodriguês 3 meses atrás

Kkkkkkkk mano o cara tá falando que ser coach é ciência e vocês querem que ela tenha respeito? Por favor né pessoas, por favor.

39.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Ketlen Rodriguês na verdade ele falou que física quântica é ciência. Ambos errados, assim como psicologia não é ciência, ipsis litteris.

40.

Nayara Ferreira 3 meses atrás

@Lê Sardi hein? Se física não é ciência pra você o que é?

41.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Nayara Ferreira tua questão é construída em cima de falsa premissa. Pra mim, física é ciência. Foque na ciência da interpretação textual. Obrigado!

42.

Nayara Ferreira 3 meses atrás

@Lê Sardi foque em escrever o que pensa então. Os seus comentários se contradizem...

43.

Lê Sardi 3 meses atrás

@Nayara Ferreira considerando que tua interpretação textual já se mostrou falha, peço que aponte onde há contradição em minhas palavras. Obrigado!

44.

Dark Angel 3 meses atrás

@M Pereira Gente que assassina o português como você, nem é gente!

45.

Guilherme tb 3 meses atrás

Coloca um comunista/ socialista e um libertário pra conversarem

46.

g s 3 meses atrás

Coloca um piramideiro(divulgador de piramide financeira)pra conversar com um economista

47.

Mojang Minecraft 3 meses atrás

Na próxima coloca um Taxista e um Uber, quero ver sangue

48.

2222PM 3 meses atrás

coloquem um crofiteiro e um fisioterapeuta pra conversarem.