

ÉRIKA HIKARU YWAHASHI SHIMABUKU

**ETHOS DISCURSIVO E IDENTIDADES CONTEMPORÂNEAS - TEDTALKS COM
MULHERES SOBRE TEMAS FINANCEIROS**

**BAURU
2023**

ÉRIKA HIKARU YWAHASHI SHIMABUKU

**ETHOS DISCURSIVO E IDENTIDADES CONTEMPORÂNEAS - TEDTALKS COM
MULHERES SOBRE TEMAS FINANCEIROS**

Artigo Científico apresentado à Universidade Estadual Paulista - Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Câmpus de Bauru, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), para conclusão do curso e obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Profª Drª Erika de Moraes.

**BAURU
2023**

DEDICATÓRIA

Dedico não somente este artigo, mas todas as minhas conquistas durante a graduação e a vida, à minha mãe, Sueli Leico Ywahashi, que me apoiou incondicionalmente a investir nos meus estudos e me deu forças para continuar em todos os momentos difíceis.

Ao meu avô, Yoshinori Ywahashi, que durante a minha infância e adolescência foi meu porto seguro e celebrava minhas conquistas como se fossem as dele. Um dos meus maiores incentivos a me dedicar na escola era a alegria dele em ver minhas notas no boletim.

À minha irmã mais velha, Emily Hitomi, que é uma grande inspiração para mim e me acompanhou de perto nessa jornada em Bauru. Minha primeira amiga, que me entende como ninguém e cuida de mim com muito amor desde que éramos crianças.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha mãe, Sueli Leico, que em muitas situações abdicou de suas vontades próprias para que eu conseguisse investir na minha carreira. Além de ser uma mãe maravilhosa, é a pessoa mais batalhadora e gentil que conheço, colocando em primeiro lugar o bem da nossa família. Mãe, obrigada por acreditar em mim em todos os momentos, eu não seria nada sem você, te amo incondicionalmente.

Ao meu avô Yoshinori Ywahashi e à minha avó Sueco Ywahashi, que cuidaram de mim como uma verdadeira filha para que minha mãe pudesse trabalhar certa de que eu estava sendo cuidada com muito amor. Agradeço em especial ao meu avô por ter representado a figura paterna na minha vida, você nunca será esquecido, Di.

A meus familiares por me acolherem em todas as fases, por torcerem pela minha felicidade e por serem meu apoio sempre. Em especial à minha irmã mais velha, Emily Hitomi, pelo companheirismo e por me aconselhar para tomar as melhores decisões. Às minhas tias. Emília Ywahashi e Cleide Hitomi, por cuidarem de mim juntamente aos meus avós e celebrarem minhas conquistas comigo. E à minha prima, Nicolý Ywahashi, que mesmo estando longe, se faz presente. Sou extremamente grata e sortuda por ter vocês.

À minha orientadora, Profa. Dra. Érika de Moraes, por ter me dado a honra em receber suas orientações durante a minha iniciação científica e por ter compartilhado seu conhecimento comigo com tamanha gentileza. Agradeço pelo incentivo a investir na minha carreira acadêmica e por ser uma inspiração para mim.

À minha banca examinadora, composta pela Prof^a Aline Lisboa e Prof^a Lucilene Gonzales, por terem aceitado o convite e por terem me ensinado tanto durante a graduação.

À UNESP Bauru, que foi minha segunda casa durante esses quatro anos e me permitiu um ensino de qualidade com infinitas oportunidades para que eu pudesse me tornar uma boa profissional, como os projetos de que participei, em especial o CVU.

Aos meus amigos, por tornarem essa jornada mais leve e por darem um significado diferente para a minha experiência universitária. Em especial, à Beatriz Vecino, Beatriz Marchesin, Bruna Furquim, Brenda Brandão, Ana Paula Bueno, Gabriele Lauriano e Sarah Yuki, que caminharam comigo nesses anos, sejam nos momentos bons ou ruins.

Por fim, agradeço a Deus, por me abençoar todos os dias, por me dar forças para enfrentar cada batalha e por ter me permitido cursar Relações Públicas pela UNESP.

Ethos Discursivo e Identidades Contemporâneas - TedTalks com mulheres sobre temas financeiros¹

Érika Hikaru Ywahashi Shimabuku²

RESUMO: Este estudo propõe a análise de vídeos da modalidade TedTalks mediados por mulheres dentro do campo das finanças e é baseado no respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa (AD), fundada e conceitualizada por autores como Pêcheux, com ênfase nas reflexões de Maingueneau sobre o Ethos Discursivo. O objetivo geral é compreender a produção de efeitos de sentidos sobre “identidades contemporâneas” e como essas identidades são construídas como “valorizadas”. Especificamente, serão analisadas marcas enunciativas que expressam a construção do Ethos Discursivo por palestrantes no TedTalks e será estudado como essas constituições identitárias afetam os discursos contemporâneos e, particularmente, a audiência feminina. Os resultados do trabalho apontam que as influenciadoras constroem o ethos de uma mulher “gente como a gente”, estabelecendo uma relação de identificação e confiança com as locutoras, entretanto, necessita-se de um olhar mais crítico perante o efeito do discurso promovido pelas palestrantes, pois não há uma fórmula simples que possa ser aplicada em qualquer contexto para se alcançar a liberdade financeira, como é transmitida em suas falas nos TedTalks.

PALAVRAS-CHAVE: Ethos Discursivo; Análise do Discurso; TedTalks; Comunicação Social; Identidades Contemporâneas.

ABSTRACT: This study proposes the analysis of TedTalk videos mediated by women in the field of finance and it is based on the theoretical-methodological reference of French Discourse Analysis, founded and conceptualized by authors such as Pêcheux, with an emphasis on Maingueneau's reflections about Discursive Ethos. The general objective is to understand the production of meaning effects about "contemporary identities" and how these identities are constructed as "valued". Specifically, enunciative marks that express the

¹Artigo resultante de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq, realizada de 01/09/2022 a 31/08/2023, orientada pela Profa. Dra. Érika de Moraes. Nesta versão, apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Relações Públicas, FAAC, Unesp-Bauru, a ser submetido para revista Mosaico.

²Bolsista de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq – N. 5211 - de 01/09/2022 a 31/08/2023. Discente do Curso de Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista - Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC). E-mail: erika.hikaru@unesp.br

construction of the Discursive Ethos by speakers on TedTalks will be analyzed and it will be studied how these identity constitutions affect contemporary discourses and, particularly, the female audience. The results of the study show that the influencers construct the ethos of a woman who is "like us", establishing a relationship of identification and trust with the speakers. However, a more critical vision is needed at the effect of the discourse promoted by the speakers, as there is no simple formula that can be applied in any context to achieve financial freedom, as is shared in their TedTalks.

KEYWORDS: Discursive Ethos; Discourse Analysis; Contemporary Identities; TedTalks; Social Communication.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta resultados de pesquisa de Iniciação Científica, cujo objetivo foi analisar as enunciações que expressam a construção do ethos discursivo por mulheres que palestram nos vídeos da modalidade TedTalks sobre temas financeiros. São estudados quais efeitos de sentido esses discursos produzem sobre a audiência em diversos aspectos da vida, que não se restringem à esfera econômica, pois aprender sobre finanças é considerado como algo de impacto social, capaz de transformar a realidade de bilhões de pessoas.

Para Oliveira (2021, p. 23), os TedTalks podem ser considerados um “novo gênero discursivo”, ao passo que “são fruto da sociedade contemporânea” e podem ser vistos também como “um recurso pedagógico para auxiliar nas apresentações orais de alunos de língua inglesa como língua estrangeira”.

A autora complementa que é possível identificar um padrão seguido pelas palestras TED com sete características principais: direcionamento ao ouvinte, contextualização sobre o assunto, apresentação pessoal do palestrante, desenvolvimento do tema, encerramento, mensagem final e agradecimentos. Com base nesses traços, os TedTalks conseguem alcançar sua missão de “ideias que valem a pena divulgar”.

O ethos discursivo é compreendido no quadro teórico-metodológico da Análise do Discurso francesa (AD), conforme Maingueneau, para quem ele está diretamente relacionado ao tom com que é transmitido. “São os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para dar uma boa impressão (...). O orador diz: eu sou isto aqui, não aquilo lá” (BARTHES, 1970, apud Maingueneau, 2008, p.

212). A complexidade dos elementos que envolvem o ethos, caracterizado por sua constante reconstrução, será detalhada na seção fundamentação teórica.

O estudo pode ser considerado relevante e necessário para a área da Linguística e Análise do Discurso, além da Comunicação Social, pela grande repercussão dos discursos contemporâneos nos TedTalks publicados nas plataformas digitais, como Youtube e TED, que têm poder de influência na opinião pública de milhões de usuários que consomem esses conteúdos frequentemente na mídia. De acordo com Oliveira (2021, p.18),

Talvez, o grande salto da TED tenha sido a globalidade ou a acessibilidade dos seus vídeos on-line (de forma gratuita) [...] Dia 22 de junho de 2006, foram postados seis vídeos em seu site oficial. De 1.000 visualizações, rapidamente passaram a ter 10.000 e, em três meses, chegaram a 1 milhão de visualizações.

Observando o trecho acima é perceptível o quanto os vídeos fazem sucesso desde o momento em que a internet se tornou um fenômeno, e que, conseqüentemente, por alcançar tantos indivíduos de diferentes países, torna-se interessante compreender a estrutura dos TedTalks, incluindo componentes como a duração, formato de palestra presencial previamente à postagem digital, eventos desenvolvidos pela própria TED e a trajetória das palestrantes escolhidas.

Considerada a relação que a pesquisa busca estabelecer entre o universo feminino e o financeiro, foram utilizadas cinco palestras como objeto de estudo da Iniciação Científica, entretanto, as análises escolhidas para serem apresentadas neste artigo são referentes a três vídeos, a saber: “O poder do não e o dinheiro” mediado por Nathalia Arcuri em Outubro de 2016, “O verdadeiro custo da dependência financeira” de Estelle Gibson, postado em Junho de 2020 e “Saiba seu valor e cobre por ele” de Casey Brown, publicado no ano de 2017. A seleção foi baseada no alcance da mensagem transmitida pelos vídeos, pois cada um deles registra ao menos 2 milhões de visualizações.

Em relação ao contexto em que esses conteúdos foram produzidos, é preciso considerar que os usuários se tornaram interlocutores com o crescimento do uso contínuo das mídias sociais, devido à interatividade e participação que a esfera digital passou a permitir, universo no qual é possível compartilhar sua opinião publicamente e ser alcançado por milhões de pessoas alinhadas com as mesmas ideologias, permitindo a aproximação por meio do sentimento de pertencimento a um grupo.

A recepção da mensagem varia de acordo com o repertório compartilhado pelo indivíduo, fazendo com que a interpretação possa não corresponder ao que o autor gostaria de transmitir. De acordo com Maingueneau (2018, p. 22) “o destinatário incorpora, assimila através da enunciação um conjunto de esquemas que correspondem a uma maneira específica de se relacionar com o mundo”. Isso implica, também, que considerar a inter-relação proposta pela AD entre a linguagem, a historicidade e a psicanálise é fundamental para conseguir compreender com mais profundidade acerca da temática pautada nesta pesquisa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

O presente trabalho fundamenta-se teórica e metodologicamente nos conceitos da Análise do Discurso de linha francesa (AD), sobretudo nas obras desenvolvidas pelo autor e linguista Dominique Maingueneau com a temática do Ethos Discursivo.

A escolha do respaldo teórico foi realizada para que fosse possível analisar os vídeos TedTalks com uma visão mais crítica e analítica, considerando os elementos da AD que são capazes de não focar somente no conteúdo do material, pois há variáveis envolvidas como o contexto e o repertório de cada sujeito que influenciam na mensagem a ser transmitida.

Primeiramente, é preciso compreender o significado de discurso em sua plenitude. De acordo com Mussalim (2004, p. 101), “toda produção de linguagem pode ser considerada discurso”, fornecendo uma visão ampliada do seu conceito, ao passo que, pelo senso comum, o discurso pode ser limitado às falas ou aos textos escritos, ou seja, elementos verbalizados. Já para Foucault, “são proposições que adquirem caráter de verdadeiras passando a constituir princípios aceitáveis de comportamento” (FOUCAULT apud FERNANDES 2013, p. 19).

De acordo com Moraes (2019), no campo da AD, o discurso não tem como objetivo único persuadir ou influenciar, há efeitos de sentido que podem se produzir para muito além do controle do enunciador. Isso significa que analisar o discurso é muito além de observá-lo verbalmente, já que “o ethos, inicialmente relacionado a um modo de falar, a um tom, relaciona-se ou se expressa também por meio de olhares, adornos, vestimentas e outros símbolos” (POSSENTI, 2023, p. 67).

Considerando o conceito de memória discursiva conforme proposto por Pêcheux, “as pessoas são filiadas a um saber discursivo que não se aprende, mas que produz seus

efeitos por intermédio da ideologia e do inconsciente” (ORLANDI, 2005, p. 11). Esta definição permite a relação entre a linguagem e sua exterioridade, que envolve a complexidade das formações ideológicas e o interdiscurso, o qual remete à ideia de que “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (PÊCHEUX, 1983, p. 53).

As formações imaginárias propostas por Pêcheux (1993), um dos fundadores da Análise do Discurso de linha francesa, existem durante todo o processo discursivo:

as diversas formações resultam, elas mesmas, de processos discursivos anteriores (provavelmente de outras condições de produção) que deixaram de funcionar mas que deram nascimento a “tomadas de posição” implícitas que asseguram a possibilidade do processo discursivo em foco (PÊCHEUX, 1993, p. 85).

Com base nos apontamentos de Pêcheux (1993), Piccin (2016, p. 25) considera que “os princípios da AD remetem a investigar, cada vez mais e de modo mais profundo, a opacidade da linguagem, o limiar de dar visibilidade ao sensível”. Além disso, ressalta o quanto se é necessário pensar na linguagem “além de sua potência comunicativa” (p. 25), demonstrando o poder da AD, à medida que é possível compreender os motivos ocultos, não vistos, superando a superficialidade.

Mussalim (2004) explica o impacto da ideologia ao passo que nenhum indivíduo consegue desconsiderá-la ou ser imparcial, pois a construção de sentido deriva das posições ideológicas, não sendo constituído *a priori*, ou seja, previamente à elaboração do discurso, fazendo com que ele seja heterogêneo devido à presença de um “outro” em toda formação discursiva.

“A ideologia é inerente a todo e qualquer ato de comunicação” (MORAES, 2016, p. 17) e pode ser considerada “inevitável na AD” (p. 15). Ao analisar os discursos, é possível enxergar contradições entre os ideais e as enunciações expressadas, conforme será demonstrado nas análises dos TedTalks. O conceito de regularidade também é relevante na AD, pois o cruzamento entre diversos momentos comunicativos é o que possibilita a interpretação. Em outras palavras, torna mais evidente o interdiscurso.

Saussure (2008) foi o teórico pioneiro de Linguística ao atribuir uma nova perspectiva à linguagem, por meio de conceitos como língua, fala, significante, significado e signo. Para o autor, “é necessário colocar-se primeiramente no terreno da língua e tomá-la

como norma de todas as outras manifestações da linguagem” (SAUSSURE, 2008, p. 16-17). Nesse sentido, “a língua é entendida como sistêmica, objetiva, coletiva e objeto dos estudos linguísticos, a fala é concreta, individual, variável, portanto, subjetiva e excluída desse campo de estudos” (SANTOS, 2013, p. 212).

Para a análise de discurso, o saber linguístico, ao invés de ser convocado apenas para dissipar as opacidades que podem se interpor entre o presente da leitura e a evidência da proferição primeira, deve tornar-se parte do processo interpretativo (MAINGUENEAU, 1990, p. 65-66), diferenciando da Análise de Conteúdo, em que o discurso seria, de acordo com Maingueneau (1990) apenas “um meio de atingir o real”.

Nesse “processo interpretativo”, ressalta-se o papel da construção do ethos pelo destinatário, que articula os elementos fornecidos pelo locutor com base em seu repertório e seu sentimento de identificação ou confiança independentemente de ser um autor desconhecido ou já ter um contato prévio. Para Maingueneau (2018, p. 14), “o ethos não age no primeiro plano, mas de maneira lateral; ele implica uma experiência sensível do discurso, mobiliza a afetividade do destinatário”. Considerando essa afetividade,

persuade-se pelo caráter [= ethos] quando o discurso tem uma natureza que confere ao orador a condição de digno de fê; pois as pessoas honestas nos inspiram uma grande e pronta confiança sobre as questões em geral, e inteira confiança sobre as que não comportam de nenhum modo certeza, deixando lugar à dúvida. Mas é preciso que essa confiança seja efeito do discurso, não uma previsão sobre o caráter do orador (MAINGUENEAU, 2008, p. 13).

Atualmente há uma linha tênue entre decisões racionais e irracionais, ao passo que está se tornando cada vez mais difícil para a sociedade entender quais ações são próprias e quais foram influenciadas pela inteligência artificial e o algoritmo das mídias sociais. Entender essa relação humana com a irracionalidade faz total diferença no consumo e produção de produtos digitais e quando se fala de educação financeira não é diferente (SOARES, 2021, p. 9).

A influência que as palestrantes dos TedTalks têm sobre os telespectadores é derivada das técnicas de persuasão e de captura de atenção através da formação de hábitos (SOARES, 2021, p. 25) que será investigada a seguir por meio da análise de seus discursos, tal como o ethos implicado em suas enunciações.

Entretanto, não é suficiente que um discurso seja bem construído pelo locutor. Como defendido ao longo deste trabalho, a interação com o público tornou-se fundamental, pois o

discurso somente consegue gerar impacto e alcançar legitimidade quando é validado de alguma forma pela sociedade.

Para Foucault (2013, p.10) “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. Nas palavras de Silva e Júnior (2014, p.9),

O discurso, enquanto um enunciado verdadeiro torna-se um mecanismo de exercício do poder sobre outro indivíduo, tendo em vista que cabe ao sujeito (e às instâncias e/ou polos de produção) desse discurso julgar o que é ou não verdadeiro.

Para Foucault (2013), não somente os discursos, mas também os sujeitos são construídos por meio das relações de poder. Atualmente, é por meio do discurso, o qual passa por um processo de adesão dos sujeitos envolvendo o ethos na visão de Maingueneau, que muitas figuras públicas conquistam status social e se tornam influenciadores de opinião pública, tanto no cenário político como apontado anteriormente, quanto nos produtores de conteúdo para plataformas digitais (Youtube e TED).

Para causar essa boa impressão almejada, o ethos presente no discurso deve conquistar a confiança do auditório. Maingueneau (2018, p. 17) reforça os princípios mínimos do ethos:

é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior à sua fala; é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro; é um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica.

É perceptível que não é possível reduzir a interpretação dos enunciados, por meio do ethos, a uma mera decodificação, pois envolve muitas outras experiências entre locutor e destinatário.

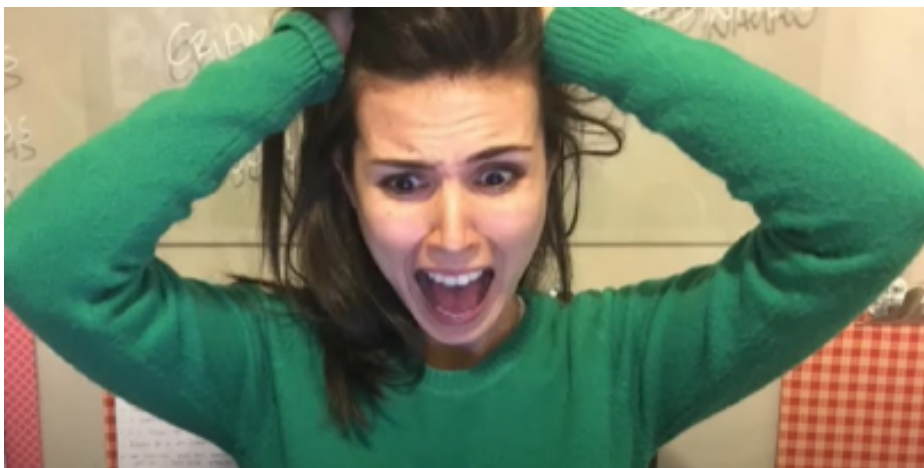
3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1. “O poder do não e o dinheiro” - Nathalia Arcuri

O vídeo TedTalks “O poder do não e o dinheiro” mediado pela palestrante Nathalia Arcuri, publicado na plataforma Youtube no dia 04 de outubro de 2016, com a duração de 16 minutos e 26 segundos, visa compartilhar dicas práticas para que os ouvintes possam ter uma vida financeira equilibrada.

Logo no início do vídeo, Nathalia menciona qual foi a sua reação ao receber o convite para palestrar em uma plataforma tão grandiosa como a TED, apresentando a seguinte foto:

Figura 1 - Foto apresentada no telão no início da palestra de Nathalia Arcuri



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=hxEaB-a4KGg>. Acesso em 28 de março de 2023.

Ao analisar essa imagem, pode-se perceber que logo no início de seu pronunciamento, a Youtuber buscou gerar um sentimento de identificação, ao reagir como uma “pessoa normal” faria. Além disso, durante seu relato, Nathalia resgata suas vivências quando era criança, reforçando que era de uma família humilde e não fazia parte do grupo das meninas ricas da escola. Compartilhar narrativas como essas, que remetem à superação de uma situação do passado, resulta nesse ethos de mulher batalhadora e de “gente como a gente”.

A partir do minuto 1:12 Nathalia comenta: “Por que não em 15 minutos mudar a vida de tanta gente?”, garantindo que a sua palestra transformaria a realidade dos telespectadores, assim como o uso da palavra “não” mudou a sua. O caráter apelativo em suas narrativas tem como objetivo cativar a atenção do público, para que as pessoas confiem que suas dicas são realmente eficazes.

Considerando o processo interpretativo, apesar de para muitas pessoas o “não” ser apenas uma palavra qualquer, Nathalia atribui um significado diferente, ela enxergava como sinônimo de alcançar aquilo que almejava, que no caso era conquistar seu carro aos 18 anos. Isso demonstra o efeito de sentido que ela deseja criar na audiência, para que as mulheres

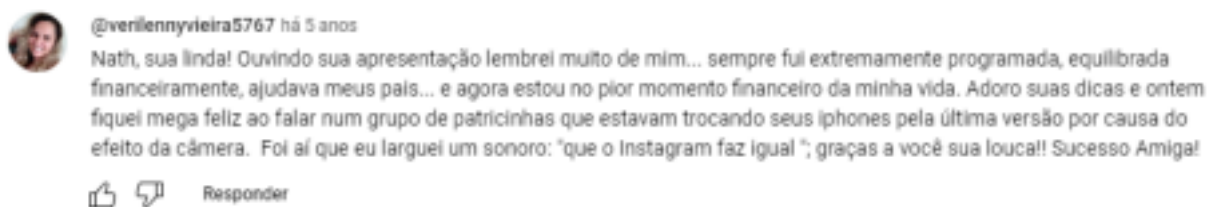
também passem a interpretar o uso cotidiano do “não” de uma maneira positiva.

Ela relata que, desde jovem, demonstrava uma visão de longo prazo e enxergava o dinheiro não como uma mera nota, mas uma parte do seu sonho. No minuto 9:17 apresenta os conceitos da Psicologia Econômica, em que aponta o motivo de grande parte da população estar com problemas financeiros, segundo sua visão pautada nesta teoria: as pessoas preferem o prazer imediato e a “ilusão de que está tudo bem”, ao invés de assumirem a responsabilidade de tomar decisões considerando o impacto no futuro.

Perto do fim do vídeo, a Youtuber utiliza expressões como “fórmula secreta” e “chave do sucesso” para explicar a solução que encontrou para economizar dinheiro, além de colocar no projetor uma imagem como uma verdadeira fórmula, em que a definição de objetivos, juntamente a fortes motivações, resultaria na capacidade de enriquecer.

Com mais de 2.200 comentários, por amostragem representativa, destacam-se mulheres que acompanham o conteúdo de Nathalia pelo sentimento de vivenciar histórias de vidas similares:

Figura 2 - Comentário de telespectadora do TedTalks

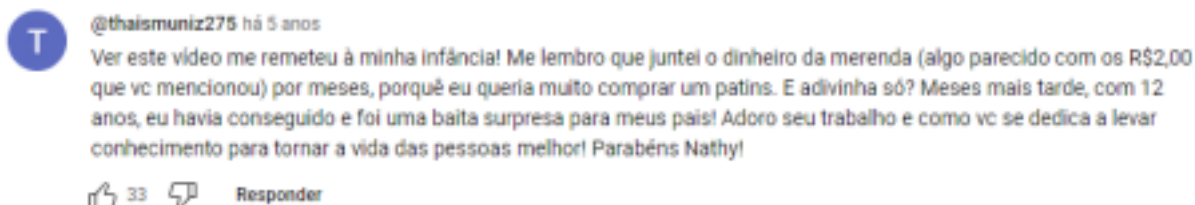


Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=hxEaB-a4KGg>. Acesso em 28 de março de 2023.

Exemplos como esse reforçam que a construção de um ethos favorece o desenvolvimento de um sentimento de identificação e o quanto as enunciações de influenciadoras são capazes de mudar os hábitos e a maneira de pensar de parte da audiência ao refletirem sobre suas próprias atitudes, o que nem sempre é recebido de forma crítica pela audiência.

Outro ponto a ser levantado é que, ao relatar sua história na palestra, Nathalia Arcuri incentiva suas ouvintes a compartilharem suas histórias nos comentários, como se houvesse uma relação próxima entre elas, como no exemplo abaixo:

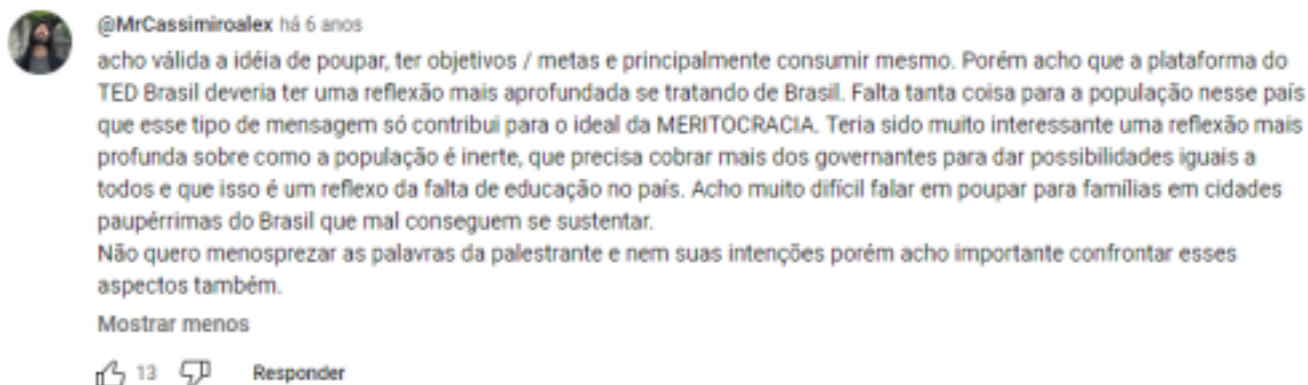
Figura 3 - Comentário de telespectadora do TedTalks



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=hxEaB-a4KGg>. Acesso em 28 de março de 2023.

O exemplo acima mostra que a educação financeira propagada por Nathalia Arcuri não é possível para todos, uma vez que nem toda criança pode se permitir “economizar o dinheiro da merenda”, seja porque ela não é recebida em dinheiro (mas efetivamente distribuída como refeição escolar) ou porque esta é a única refeição do dia. Considerando esta problemática, o usuário @MrCassimiroalex argumenta sobre a necessidade de uma reflexão mais profunda, sobretudo por se tratar do Brasil:

Figura 4 - Comentário crítico do ouvinte do TedTalks



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=hxEaB-a4KGg>. Acesso em 18 de setembro de 2023.

A criticidade do público é essencial para que cada indivíduo possa adequar o conteúdo recebido considerando as características de seu próprio contexto, já que, em uma sociedade permeada pela desigualdade social, nem todos têm as mesmas oportunidades, exigindo comportamentos específicos que não podem ser meramente replicados com base nas condições vivenciadas pela influenciadora.

3.2. “O verdadeiro custo da dependência financeira” - Estelle Gibson³

³ Ted originalmente em inglês. As traduções dos trechos são de nossa responsabilidade.

Publicada na plataforma TED em 01 de junho de 2020, com a duração de 08 minutos e 27 segundos, a contadora Gibson compartilha na palestra como se recuperou da situação de dependência financeira e aconselha mulheres que podem estar passando por isso, além de relacionar as finanças com as relações de poder, conceitualizadas por Foucault nesta pesquisa.

Gibson começa sua fala resgatando sua história familiar, em que o pai era o responsável por administrar as contas da casa e, quando ela tinha apenas oito anos de idade, ele mostrava as cadernetas bancárias, porém pedia que ela não falasse disso com a sua mãe. No decorrer do vídeo, Gibson relata que, apesar de ser contadora, desde que entrou na faculdade, começou a acumular dívidas, principalmente durante o casamento, e quando se divorciou não tinha como pagar a casa. De acordo com ela, isso aconteceu devido a sua criação, justamente, pois aprendeu quando criança com seu pai que apenas uma pessoa controlava o dinheiro da casa e que não deveria falar abertamente sobre o assunto.

Assim como Arcuri, Gibson comunica sua mensagem por meio do storytelling, em que há a estruturação de uma narrativa capaz de envolver e cativar seus receptores. Ao compartilhar sua experiência pessoal de maneira articulada, ela se coloca em uma posição mais próxima à audiência e tenta se conectar emocionalmente com cada um, ao invés de apenas transmitir um conteúdo sem estratégias comunicacionais.

No minuto 02:42, a palestrante diz: “o que sentia como sendo minha liberdade era, na verdade, dependência”, apontando as contradições existentes no discurso, pois, à medida que ela abdicava da participação na administração financeira, maior controle seu marido tinha sobre ela, entretanto, ela se sentia aliviada por não ter que lidar com seu dinheiro, convencendo-se e acreditando que isso era algo positivo.

São articulados diversos conceitos ao empoderamento financeiro, à medida que o campo das finanças envolve relacionamentos, confiança e pode gerar até violência. No minuto 04:25, Gibson compartilha o dado de que “estimam que em 99% dos casos de violência doméstica, o abuso financeiro mantém as vítimas presas no relacionamento” e diferentemente do abuso físico, gera diversas cicatrizes emocionais.

No minuto 05:03, ela menciona que “dependência financeira é invisível, porque ninguém fala sobre isso”, ou seja, assim como seu pai, a sociedade ensina a não falar sobre dinheiro. Para a contadora, o primeiro passo para superar esse fenômeno seria buscar conhecimento e educação para orientar decisões assertivas, além de reconhecer as feridas

internas, para que seja o começo da libertação.

Por fim, Gibson apresenta o seguinte dado referente aos Estados Unidos: “Em 2018, apenas 17 estados exigiam educação financeira nos currículos do ensino médio”. Ao compartilhá-lo, reforça a necessidade de mais estados incluírem aulas sobre educação financeira na grade curricular, por ser tão essencial.

O discurso posto em evidência pela comunicadora apresenta pontos positivos sobre a educação financeira, sem, no entanto, incluir uma visão mais complexa sobre o que seria uma educação financeira efetiva, que contemplasse as diferenças sociais.

Além disso, na mensagem compartilhada por Gibson, percebe-se que, apesar da implementação do ensino financeiro em mais escolas ser um progresso, não seria o suficiente, pois é preciso, sobretudo, incentivar os jovens a desenvolverem uma análise crítica, para conseguirem compreender adequadamente os aspectos econômicos de seus contextos particulares, como na situação de dependência da palestrante em seu casamento, em que ela tinha o conhecimento financeiro, porém não soube aplicá-lo devido às outras variáveis envolvidas desde a sua criação familiar.

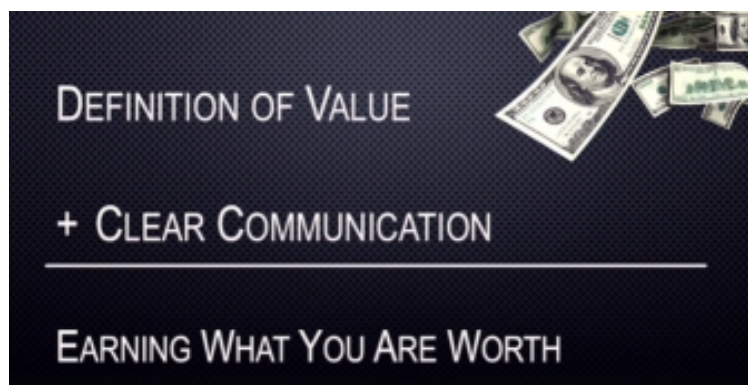
3.3. “Saiba seu valor e cobre por ele” - Casey Brown⁴

A consultora de preços Casey Brown apresenta como foco de sua palestra a importância de saber comunicar o seu valor. Postado no dia 03 de abril de 2017 e com a duração de 08 minutos e 12 segundos, Brown relaciona a autopercepção que cada um tem de si com o salário que recebe.

Assim como Nathalia Arcuri apresenta imagens e exemplos como se houvesse uma fórmula para alcançar o sucesso financeiro, desconsiderando as individualidades de cada ouvinte, Brown também transforma sua mensagem em poucas palavras objetivas que se traduzem em uma equação (Definição do Valor + Comunicação Clara = Ganhar o que você vale):

Figura 5 - Slide da apresentação de Casey Brown no TedTalks

⁴ Ted originalmente em inglês. As traduções dos trechos são de nossa responsabilidade.



Fonte: https://www.ted.com/talks/casey_brown_know_your_worth_and_then_ask_for_it?language=pt-br. Acesso em 25 de maio de 2023.

Essa oferta de “fórmulas mágicas” é capaz de influenciar o público à medida que, assim como Arcuri menciona em seus vídeos no Youtube, os seres humanos preferem soluções que tragam resultados imediatos ao invés de preferir benefícios a longo prazo. As mensagens traduzidas em equações resultam em uma aparente simplificação do processo envolvido no alcance do sucesso financeiro, fazendo com que os ouvintes acreditem que seguindo esse passo a passo, conseguirão atingi-lo com mais facilidade.

Logo no início do vídeo, Casey apresenta o fato de que o patrão não paga o que a pessoa vale, e sim o valor que atribui a ela, sendo uma percepção que pode ser controlada, assim como ocorre em qualquer comunicação, já que a mensagem que o locutor formula deve ser elaborada com cuidado para que o destinatário receba com o mínimo de interferência possível.

No minuto 01:01, ela diz “tenho visto que as mulheres não se valorizam tanto como os homens” e que se sentem desconfortáveis em compartilhar seu real valor, apontando a necessidade de desenvolver o empoderamento financeiro no público feminino, assim como mencionado por Gibson anteriormente.

Outra ideia a ser analisada é a importância da escolha das palavras, Brown menciona o exemplo de uma mulher que apresenta seu negócio aos clientes como “tenho uma **pequena** empresa que desenvolve sites”, construindo uma imagem capaz de diminuir seu valor, a consultora comenta: “acho que sua linguagem e seu estilo comunicavam que ela não acreditava que tivesse tanto valor a oferecer”.

Durante a palestra, Casey conecta o mundo das finanças com respeito próprio e autoconfiança, mostrando um outro lado que ultrapassa crenças limitantes que acreditam que seja somente sobre dinheiro. Por fim, ela explica que é um processo contínuo, pois

mesmo que a mulher reconheça seu valor, aparecem muitas dúvidas durante a jornada, e que pode haver uma confusão entre o valor do seu trabalho e o seu como pessoa, já que há uma linha tênue entre eles.

Nos TedTalks analisados percebe-se, de fato, como a construção do ethos discursivo e o uso de narrativas estratégicas fazem a diferença no valor que é atribuído ao enunciador, contudo, simplificar esse processo a uma fórmula “infalível” não representa algo real. Brown poderia mencionar em seu discurso as complexidades envolvidas que podem interferir no resultado final, pois nem todas as pessoas que reconhecem seus valores conseguem um aumento de salário, devido ao receio de perder as posições atuais por conta da necessidade de manter seus empregos e à falta de oportunidades no mercado de trabalho, que se encontra cada vez mais concorrido.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a realização das análises nesta pesquisa, com base no conceito da “afetividade do destinatário” mencionada por Maingueneau, foi perceptível que, para construir uma “identidade valorizada” na contemporaneidade, é necessário haver uma sinergia entre locutor e audiência, mesmo que esse processo seja mediado por uma tela e não tenha tamanha individualidade. As influenciadoras digitais no ramo financeiro utilizam dessa estratégia, exigindo uma compreensão crítica em relação ao ethos discursivo expresso e ao processo de recepção do público.

O presente estudo auxilia no desenvolvimento do profissional de Relações Públicas, à medida que possibilita a compreensão das estratégias comunicacionais utilizadas pelas palestrantes e, principalmente, como funciona o poder de persuasão sobre a opinião pública. Considerando os conceitos de imagem e identidade trabalhados pelo RP, a pesquisa também contempla as percepções dos ouvintes sobre as influenciadoras e os modelos de vídeo TedTalks, contribuindo para a construção do capital reputacional.

Os TedTalks selecionados mostraram na prática a noção de interdiscurso proposta por Pêcheux e Maingueneau, em que o discurso é compreendido como um diálogo entre outros discursos já existentes, ao passo que há uma convergência entre os conteúdos compartilhados pelas palestrantes, apresentando pautas similares e adotando as mesmas estratégias em suas narrativas, como se os vídeos fossem episódios de uma série, devido a essa característica de continuidade. Mesmo em se tratando de realidades geográficas

distintas (Brasil e Estados Unidos), as abordagens das influenciadoras apresentam pontos em comum.

Apesar de as palestrantes serem pessoas com vivências completamente distintas, elas apresentam enunciações e gesticulações corporais similares, na tentativa de captar a atenção da audiência. A interação, mediada por uma tela, é virtual e a ouvinte pode se deparar com inúmeras distrações enquanto assiste ao vídeo, entretanto, o ethos construído de uma mulher “gente como a gente”, ao mesmo tempo que é bem-sucedida, faz com que o público foque na mensagem que elas desejam compartilhar.

Outro recurso utilizado é o de humor, possibilitando uma educação financeira mais descontraída. Visível em cenas nas quais a audiência presencial compartilha risadas após as palestrantes contarem piadas ou histórias engraçadas, o senso de humor pode ser uma maneira de mobilizar a afetividade do destinatário. Um exemplo disso é quando Nathalia Arcuri comenta sorrindo no minuto 02:01 “faz um pouco de tempo, não tanto assim... ainda sou jovem, muito jovem. Vocês podem ver, não é verdade?”, sendo uma piada feita com frequência em relação a idade, e que gerou o retorno do público.

Para Oliveira (2021, p. 155), “entender o funcionamento da linguagem usada pelas TED Talks significa entender a criação de um modo contemporâneo de pensar o mundo que, além de disseminar ideias, se multiplicou, criou comportamentos e meios de agir”, havendo um “molde” utilizado pelas influenciadoras que têm poder de impactar milhões de vidas. Devido a esse grande alcance, é necessário um cuidado para não desconsiderar as questões sociais que permeiam a população e que devem ser compreendidas em suas narrativas, evitando as generalizações.

Os comentários publicados pela audiência nos vídeos mostram que as palestrantes conseguem desenvolver aspectos “convincentes”, por meio do sentimento de identificação e admiração, porém são “descontextualizados”, pois não retratam as complexidades envolvidas no cenário mais abrangente. Nos vídeos de Arcuri e Brown foi evidenciada a construção do ethos da influenciadora: o de quem possui uma fórmula mágica capaz de resolver os problemas do telespectador, independentemente das variáveis do contexto em que está inserido. Contudo, isso é o efeito do discurso e não uma possibilidade real.

Ao consumir esse tipo de conteúdo, Soares (2021, p. 29) cita que é preciso “uma filtragem daquilo que é consumido, com o objetivo de prevenir-se de possíveis instruções que possam apresentar conflitos de interesses”. Isso significa que, apesar de ser tentador acreditar na existência de uma fórmula que possa ser aplicada na vida de cada um, o

processo de recepção e assimilação deve ser mais crítico.

A palestra de Gibson defende a relevância de se incluir a educação financeira nas escolas, para que os jovens aprendam desde cedo o papel do dinheiro como sinônimo de liberdade e seu impacto social, o qual não se limita ao campo econômico. Ainda que se reconheça a importância do ensino e o interesse no assunto por milhões de pessoas, não seria uma solução capaz de resolver os problemas dos cidadãos se implementada isoladamente, pois dentro do contexto brasileiro, não se pode esperar que o indivíduo consiga pensar em investir se ele não consegue pagar suas dívidas ou precisa ajudar a sustentar sua família.

Logo, as influenciadoras digitais que produzem conteúdo sobre educação financeira nos vídeos de modalidade TedTalks poderiam incluir uma visão que abrangesse as questões sociais ao invés de simplificar processos tão complexos, construindo um ethos discursivo mais correspondente à realidade e reconhecendo que nem todos têm acesso às mesmas oportunidades. Paralelamente, a audiência deveria buscar consumir o conteúdo com uma lente crítica, sem reforçar a ideia inalcançável de que se é possível alcançar o sucesso financeiro apenas com força de vontade e mudança de comportamento, pois isso não é suficiente, considerando a influência de problemáticas externas, como a desigualdade social.

5. REFERÊNCIAS

ARCURI, Nathalia. O poder do não e o dinheiro | Nathalia Arcuri | TEDxDanteAlighieriSchool. YouTube, 04 de outubro de 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hxEaB-a4KGg>>. Acesso em: 28 mar. 2023.

BROWN, Casey. Know your worth and then ask for it. TED, 03 de abril de 2017. Saiba seu valor e cobre por ele. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/casey_brown_know_your_worth_and_then_ask_for_it?language=pt-br>. Acesso em: 27 abr. 2023.

GIBSON, Estelle. The true cost of financial dependence. Youtube, 01 de junho de 2020. O verdadeiro custo da dependência financeira. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=cuWVnNtz6po&t=2s>>. Acesso em: 25 maio 2023.

MAINGUENEAU, Dominique. Análise de discurso: a questão dos fundamentos. **Cadernos de estudos linguísticos**, Campinas: v. 19, p. 65-74, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana. Raquel; SALGADO, Luciana. (Org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11 – 29.

MAINGUENEAU, D. Retorno crítico à noção de ethos. **Letras de Hoje**, Porto Alegre: v. 53, n. 3, p. 321-330, 30 dez. 2018.

MORAES, Érika de. **Análise do discurso: conceitos essenciais e a contribuição de Dominique Maingueneau - análises práticas**. Bauru: Canal 6 Editora, v. 1, p. 5-19, 2016.

MORAES, Érika de. Ethos da riqueza. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, Campinas: v. 61, p. 1-17,

2019.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna C. (Org.). **Introdução à Linguística – domínios e fronteiras**. São Paulo: Cortez, 2004. p. 101-142. v. 2.

OLIVEIRA, Elaine Cristina de. **A linguagem verbal das TED Talks: uma análise multidimensional**. Orientador: Professor Doutor Antonio Paulo Berber Sardinha. p. XVII + 170. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudo da Linguagem) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada e Estudo da Linguagem, 2021.

ORLANDI, E. P. Michel Pêcheux e a Análise de Discurso (Michel Pêcheux et l'Analyse de Discours). **Estudos da Língua(gem)**, Campinas: v. 1, n. 1, p. 9-13, 2005. Disponível em: <<https://periodicos2.uesb.br/index.php/estudosdalinguagem/article/view/973>>. Acesso em: 25 jul. 2023.

PÊCHEUX, Michel; Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs.) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 2.ed. Campinas: Unicamp, 1993. p. 75-92.

PICCIN, Stela. A constituição da análise de discurso de Michel Pêcheux. **Revista DisSol-Discurso, Sociedade e Linguagem**, Pouso Alegre: n. 4, 2016.

POSSENTI, Sírio. **Experimentos em análise do discurso**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2023.

SANTOS, Sonia Sueli Berti. Pêcheux. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral (Org.). **Estudos do discurso: perspectivas teóricas**. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2013. p. 207-233.

SILVA, Giuslane Francisca; MACHADO JÚNIOR, Sérgio da Silva. O discurso em Michel Foucault. **Revista Eletrônica História em Reflexão**, Cuiabá: v. 8, n. 16, 2014.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Editora Cultrix, 2008.

SOARES, Bruno Alecsander Maia. **Atenção e persuasão, as armas da comunicação dos youtubers de finanças**. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2021. Trabalho de Conclusão de Curso.

TED: Ideas Worth Spreading. **TED**, 2023. Disponível em: <<https://www.ted.com/>>. Acesso em: 27 fev. 2023.

VAZ, Ana Laura Motta. **Ideias que valem a pena espalhar: TedTalks e a construção do ethos discursivo sob o olhar de uma Relações Públicas**. Bauru: Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Comunicação Social-Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2017. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/156307>>.

6. ANEXOS

6.1 DIVULGAÇÃO DA PESQUISA

- CIC 2023

Apresentação da pesquisa no XXXV Congresso de Iniciação Científica da UNESP.

Data de realização: 28 de setembro de 2023

- Jornada Multidisciplinar do Departamento de Ciências Humanas

Apresentação da Pesquisa em Grupo de Trabalho

Data de realização: 17 e 18 de outubro de 2023

- Discussões em Grupo de Pesquisa

Participação em debates do Grupo de Pesquisa Discurso e Comunicação no Século XXI

- DisCo21, liderado pela orientadora Profa. Dra. Érika de Moraes.