

VLOG: NOVA PRÁTICA DISCURSIVA NA MÍDIA

Izilda Maria NARDOCCI

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP

Resumo: O presente artigo tem como tema o estudo do discurso midiático em *vlog*, disponível na plataforma *YouTube*. O objetivo geral é examinar como esse gênero de discurso se organiza. Para dar conta do objetivo geral, traçamos os seguintes objetivos específicos: analisar as cenas de enunciação, considerando a cena englobante, os elementos constitutivos da cena genérica e a cenografia verbal e digital; identificar o *ethos* que emerge das cenografias e como ele contribui para a adesão do co-enunciador. O referencial teórico-metodológico é da Análise do discurso de linha francesa. Selecionamos para análise o *vlog* "A hora da estrela" do canal "Ler antes de morrer" com mais de trezentos mil seguidores inscritos. A cenografia digital desse discurso é *iconotextual* e a verbal é composta de resenha e de comentários, de onde emerge o *ethos* de um sujeito apaixonado por literatura, franco, generoso, o que contribui para uma interação bastante positiva entre o enunciador e co-enunciador.

Palavras-chave: Análise do discurso. *Vlog*. *Ethos* discursivo.

VLOG: NEW DISCURSIVE PRACTICE IN THE MEDIA

Abstract: This article has as its theme the study of the discourse mediated in *vlog*, available on the *YouTube* platform. The general objective is to examine how this genre of discourse is organized. To give an account of the general objective, we outline the following specific objectives: to analyze the enunciation scenes, considering the encompassing scene, the constitutive elements of the generic scene and the verbal and digital scenography; identify the *ethos* that emerges from the scenography and how it contributes to the adhesion of the coenunciator. The theoretical-methodological framework is the Analysis of french line discourse. We selected for analysis the *vlog* "The hour of the star" channel "Read before you die" with more than three hundred thousand followers subscribed. The digital scenography of this discourse is *iconotextual* and the verbal is composed of review and comments, from which emerges the *ethos* of a subject passionate about literature, frank, generous, which contributes to a very positive interaction between the enunciator and co-enunciator.

Keywords: Discourse analysis. *Vlog*. Discursive *Ethos*.

VLOG: NUEVA PRÁCTICA DISCURSIVA EN LOS MEDIOS

Resumen: Este artículo tiene como tema el estudio del discurso mediático en *vlog*, disponible en la plataforma de *YouTube*. El objetivo general es examinar cómo se organiza este tipo de

discurso. Para dar cuenta del objetivo general, hemos esbozado los siguientes objetivos específicos: analizar las escenas de enunciación, considerando la escena englobante, los elementos constitutivos de la escena genérica y la escenografía verbal y digital; identificar el ethos que emerge de la escenografía y cómo contribuye a la adhesión del co-enunciador. El marco teórico-metodológico que subyace a esta investigación es el análisis del discurso francés. Seleccionamos para el análisis el *vlog* "La hora de la estrella" del canal "Lea antes de morir" con más de trescientos mil seguidores registrados. La escenografía digital de este discurso es iconotextual y la verbal está compuesta de reseñas y comentarios, de los cuales surge el ethos de un sujeto apasionado por literatura, franco, generoso, que contribuye a una interacción muy positiva entre el enunciador y el co-enunciador.

Palabras-clave: Análisis del discurso. Vlog. Ethos discursivo

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este artigo tem como tema o estudo do discurso midiaticizado em *vlogs*, de modo especial o *vlog resenha de livro*, disponível na plataforma *YouTube*. Nesse tipo de *vlog*, o produtor elabora a resenha de um determinado livro, produz o vídeo e compartilha com seus seguidores. Seleccionamos como amostra o *vlog "A hora da estrela"*, disponível no canal "Ler antes de morrer", criado pela jornalista Isabella Lubrano, que tem resenhado os mais variados títulos. Começou resenhando títulos da lista dos principais vestibulares do país e os livros do curso de jornalismo do qual fazia parte; posteriormente, passou a compartilhar outros títulos. Os vídeos do canal "Ler antes de morrer", do ponto de vista da audiência, é um sucesso. Nos comentários que aparecem abaixo dos vídeos, é possível observar uma interação bastante positiva entre os seguidores e Lubrano, pois tecem comentários sobre o tema do livro, agradecem a indicação, mencionam o que não gostam. O canal possui mais de trezentos mil seguidores inscritos.

Os *vlogs* se popularizaram com advento da internet e passaram a fazer parte de projetos didáticos na educação básica, em razão do interesse dos alunos por esse gênero e por ser uma comunicação dinâmica, interativa. Não apresentam somente resenha de obras clássicas, mas também adaptações dessas obras. Alves e Silva (2018) defendem a utilização de *vlogs* como incentivo à formação de leitores e Luna e Branco (2013) defendem a utilização de *vlogs* no ensino de literatura. A utilização do *vlog* nos projetos didáticos torna o estudo desse discurso de relevância social.

Nosso objetivo geral, é examinar como esse gênero de discurso se organiza e os objetivos específicos são: analisar as cenas de enunciação, considerando a cena englobante, os elementos

constitutivos da cena genérica e a cenografia verbal e digital; identificar o *ethos* que emerge das cenografias e como ele contribui para a adesão do co-enunciador.¹

Fundamenta a pesquisa a Análise do Discurso, especialmente os pressupostos teórico-metodológicos de Maingueneau (2005, 2008, 2015, 2016) sobre cenas da enunciação, *ethos* discursivo e sobre novas textualidades. Pautamo-nos ainda nos estudos de Alves e Silva (2018), Dornelles (2015), Luna e Branco (2013), Burgess e Green (2009), Primo (2008) sobre a plataforma *YouTube*, *blogs* e *vlogs*.

1. POPULARIZAÇÃO DOS VLOGS

Desde a expansão da Internet, nos anos 90, muita mudança ocorreu na forma de utilizá-la. O objetivo de navegação inicialmente não era interagir, comentar, compartilhar ideias como ocorre na atualidade, mas sim buscar conteúdo, por isso os grandes portais de notícias eram os mais acessados. À medida que a Internet vai se popularizando, vai ampliando suas possibilidades de uso e, com isso, os usuários leitores vão aos poucos se tornando também produtores de conteúdo.

Nas palavras de Dornelles (2015, p.8)

a internet tornou-se um grande reality show, em que muitos consomem histórias reais e estórias inventadas de muitos outros. Um grande mercado onde são comercializados novos caminhos, fórmulas de sucesso e estilos de vida. Um grande 'menu' onde é possível escolher a opção desejada e compartilhar itens adicionais.

Nesse universo, surgem variadas tecnologias de comunicação: *e-mail*, *lq*, *chats*, redes sociais, *blogs*, *fotoblogs*, *vlogs* entre outros. Os *blogs* são uma forma de comunicação que ganha destaque na preferência dos usuários da Internet porque permitem a criação e compartilhamento de qualquer tipo de informação. Inicialmente os *blogs* são chamados de diários íntimos, o que, na opinião de Primo (2008), é uma visão reducionista, já que diários

¹ Consideramos a nomenclatura proposta por Maingueneau em conferência, sob o título "O Aforizador, entre enunciação e anunciação", no IX Congresso Latino-Americano de Estudos do Discurso, na UFMG, promovido pela Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso, em 2011. Maingueneau sugeriu: enunciador – aquele que é fonte de referência do discurso; co-enunciador (com hífen) – aquele que é destinatário do discurso; já o termo coenunciadores (sem hífen e no plural), segundo o autor francês, designa enunciador e co-enunciador como partícipes da cena enunciativa.

personais e *blogs* apresentam características muito distintas. Tanto o diário íntimo como um tipo de *blog* apresentam um conteúdo que se volta para reflexões sobre o cotidiano e para os sentimentos do autor, mas há muitos outros *blogs* com objetivo e estilo diferentes do diário pessoal.

Muitas empresas, por exemplo, passam a se valer de *blogs* para a comunicação com funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, em razão de permitirem que as conversações se tornem globais e a comunicação corporativa descentralizada. O *blog* visa à comunicação interpessoal, mas nem todo *blog* é aberto a qualquer leitor. Há empresas que mantêm essa comunicação em intranets para o compartilhamento de informação por um grupo, por exemplo. Outras possuem *blogs* em ambientes em que apenas um determinado grupo pode acessar.

Primo (2008, p. 122), a fim de tipificar o *blog*, “propõe quatro grandes grupos: pessoal e profissional (individuais); grupal e organizacional (coletivos)”. O autor explica que para tipificar um *blog* é preciso antes verificar quem é o seu responsável. A criação de um *blog* pessoal é bastante simples, pois não precisa ser submetido à avaliação de terceiros como o *blog* coletivo. Já um *blog* profissional apresenta-se de acordo com as estratégias e interesses da instituição que o veicula. No *blog* profissional, as postagens respondem a um interesse comercial e apresentam diferenças: os grupais podem ser escritos por um grupo de amigos, por um grupo de apoio a uma causa, por um grupo de pesquisadores. Os organizacionais, por sua vez, podem ser um veículo de divulgação de *releases* ou espaço de interação entre clientes e fornecedores.

Com as facilidades de se produzir vídeos e de se ter um canal de comunicação na Internet, os *blogs* ganharam um novo formato e passaram a ser chamados de *vlogs*, cujo conteúdo principal é apresentado em vídeo. Os *vlogs* se constituem em uma página, criada em uma plataforma digital para postagem de vídeo que são exibidos diretamente em tal página sem necessidade de *download* do arquivo. A produção de conteúdo em vídeo para a Internet ganha maior dimensão com a criação da plataforma *YouTube*, em 2005. Até, então, os vídeos eram compartilhados por e-mail, mas limitados pela capacidade dos anexos. Havia também a possibilidade de se hospedar um vídeo em determinados *sites*, mas esses vídeos precisavam ser baixados para serem exibidos e esse processo era lento.

Atualmente, a plataforma *YouTube* se organiza em canais de comunicação que podem ser abertos por qualquer pessoa, desde que preencha um formulário. A hospedagem é

geralmente gratuita e permite que usuários sem muito conhecimento de informática possam postar vídeo. Vale ressaltar que a produção de vídeo também se torna uma tarefa simples com a chegada das câmeras digitais e dos celulares com câmeras digitais de qualidade para vídeos.

Burgess e Green (2009) mostram que os *blogs* apresentam, de modo geral, textos e fotos. Já nos *vlogs* é possível acrescentar áudio, trilha sonora, efeitos especiais. Os *vlogs*, como os *blogs*, se constroem na interação entre o produtor e seu público, já que a estrutura incentiva comentários, compartilhamento de informações, troca de mensagens, muitas vezes quase em tempo real. Alves e Silva (2018) comprovam que o público-alvo dos *vlogs* são predominantemente jovens e os temas abordados são os mais variados: literatura, educação, notícia, beleza, astrologia, saúde, entre outros.

Selecionamos para essa pesquisa um *vlog resenha de livro*, do canal “Ler antes de morrer”. O canal foi criado em 2014 por Isabella Lubrano, jornalista formada pela USP e pela Cásper Líbero. Conta no momento com mais de trezentos mil seguidores inscritos. Em 2018, o canal foi finalista do prêmio Jabuti, na categoria “Formação de novos leitores”. Lubrano (2019) informa que seus seguidores são pessoas apaixonadas por literatura e de todas as idades, homens, mulheres, jovens que estão ainda estudando ou que já se formaram.

Lubrano (2019) expõe que passou a compartilhar conteúdo na Internet por meio de um *blog*. Eram as resenhas dos livros que lia na faculdade ou de obras solicitadas nos principais vestibulares do país. Nesse *blog*, brincava com os leitores que resenharia 1001 livros antes de morrer e essa foi a inspiração para o nome de canal. Em 2014, migrou para a Plataforma *YouTube* e passou a ser seguida por um número cada vez maior de leitores, o que a levou a construir roteiros, inserir vinhetas, propor novos quadros, desenhar *banners*, ou seja, o canal se tornou profissional. Atualmente, nesse espaço, é possível, não só encontrar resenhas de diversos títulos da literatura brasileira, mas também títulos da literatura latino-americana, norte-americana, europeia, russa etc. O canal é mantido pelas publicidades ali veiculadas e pelos padrinhos e madrinhas, que são pessoas ou empresas que fazem doação financeira espontaneamente.

2. CENAS DE ENUNCIÇÃO E *ETHOS* DISCURSIVO

A cena de enunciação de um gênero de discurso se desdobra em cena englobante, cena genérica e cenografia. A cena englobante “corresponde à definição mais usual de ‘tipo de

discurso', que resulta do recorte de um setor da atividade social caracterizável por uma rede de gêneros de discurso" (MAINGUENEAU, 2015, p. 118). É a que corresponde ao tipo de discurso (publicitário, científico, filosófico, pedagógico, literário, jornalístico) e define o estatuto dos parceiros, o espaço e o tempo. Não se pode afirmar, por exemplo, que uma cena pedagógica pertença a qualquer sociedade de qualquer época. Tal cena não é suficiente para especificar as atividades discursivas em que os sujeitos estão engajados e, por isso, confronta-se com os gêneros de discurso, os quais possuem rituais que definem as cenas genéricas.

As cenas genéricas são o que os usuários do discurso apreendem de fato, pois é a relação com a realidade tangível. Por exemplo, o artigo, o ensaio, a monografia são gêneros que provêm do discurso científico, que é a cena englobante. Segundo Maingueneau (2005, p. 87), "as duas cenas definem o quadro cênico do texto e é ele quem vai definir o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido – o espaço do tipo e do gênero do discurso".

Maingueneau (2015, p. 120) expõe que os gêneros de discurso estão submetidos a condições que envolvem elementos de diversas ordens como:

- *uma ou mais finalidades*: os gêneros são sempre produzidos com uma finalidade para que possam ter definidas as estratégias de produção e interpretação dos enunciados;
- *papéis para os parceiros*: em um gênero de discurso, a fala vai de um papel a outros. Aos parceiros são atribuídos direitos, deveres e competências específicas;
- *um lugar apropriado*: todo gênero está inserido em um lugar. O lugar pode ser físico (escola, tribunal), mas pode ser também, para a Web, para rádio, televisão, textos escritos, de outra natureza;
- *uma inscrição no tempo*: trata-se da duração, da continuidade, do prazo de validade, ou seja, a periodicidade ou a singularidade das enunciações;
- *um suporte*: trata-se do meio, do instrumento que transporta os enunciados, seu modo de difusão: enunciados orais, no papel, radiofônicos, na tela do computador. O suporte material de um texto modifica um gênero de discurso: um debate político pela televisão é um gênero diferente de um debate em sala de aula, por exemplo;
- *uma composição*: são os modos de encadeamento dos constituintes de um gênero em diferentes níveis: da frase a suas partes maiores;

- *um uso específico de recursos linguísticos*: cada gênero impõe restrições linguísticas. Não cabe, por exemplo, o nível de língua familiar nos gêneros científicos como o artigo, o ensaio, a monografia.

Para o autor, “enunciar não é apenas ativar as normas de uma instituição de fala prévia; é construir sobre essa base uma encenação singular da enunciação: uma *cenografia*” (MAINGUENEAU, 2015, p.122). A noção de cenografia indica que um enunciador, por meio da enunciação, organiza o modo como quer enunciar. A cenografia consiste, assim, no processo de inscrição que envolve um enunciador e um co-enunciador, um *ethos*, um código linguageiro, um lugar e um momento de enunciação. Trata-se, portanto, de um quadro e um processo, e não uma mera cena, conforme explica o autor:

a grafia é um processo de inscrição legitimante que traça um círculo: o discurso implica certa situação de enunciação, um *ethos* e um ‘código linguageiro’ através dos quais se configura um mundo que, em retorno, os validam por sua própria emergência. O ‘conteúdo’ aparece inseparável da cenografia que lhe dá suporte (MAINGUENEAU, 2008, p. 51).

O código linguageiro é o registro e a movimentação da linguagem no universo plural das línguas. Assim, simultaneamente, a encenação desenvolve a representação da enunciação, por meio da cenografia do discurso, e a pluralidade, por meio do código linguageiro, resultando, então, em um discurso adequado tanto à cenografia quanto ao código linguageiro (MAINGUENEAU, 2008).

Ocorre, entretanto, que com as novas tecnologias da comunicação surgem novas práticas. No universo digital, a comunicação que predomina é a multimodal, ou seja, é a comunicação que mobiliza mais de um canal ao mesmo tempo. Reconhecidamente a oralidade já era considerada multimodal por mobilizar um fluxo sonoro, movimentos corporais, gestos, signos linguísticos. Na *Web*, porém, acrescenta-se elementos icônicos nos enunciados escritos, *emoticons* nas mensagens rápidas ou nos *e-mails*, publicidade em meio aos conteúdos dispostos nos *sites*. Nessa comunicação, o componente visual e o componente verbal se interpenetram (MAINGUENEAU, 2015).

Desse modo, nos gêneros digitais, a cena englobante e a cena genérica se apagam e o que se destaca é a cenografia. Distinguem-se, nesses gêneros, uma cenografia verbal e uma

cenografia digital. A cenografia verbal é implicada pela enunciação e a digital por três componentes: *um componente iconotextual*: o site mostra imagens e ele mesmo constitui um conjunto de imagens na tela; *um componente arquitetural*: o site é uma rede de páginas acionadas de uma determinada maneira; *um componente procedural*: cada site é uma rede de instruções destinadas ao usuário. A dimensão icônica se apresenta em dois níveis: de um lado, os enunciados verbais se juntam às imagens ou as imagens acompanham os textos; de outro, as imagens, os enunciados verbais formam uma imagem, um todo (MAINGUENEAU, 2015, p. 162).

O discurso determina sua cenografia assim que ele se inicia e, à medida que se desenvolve, busca justificá-la em seu dispositivo. Da cenografia emerge o *ethos* discursivo que, na enunciação, posiciona o co-enunciador. Segundo Maingueneau (2015, p. 15), o *ethos* “é um comportamento que, como tal, articula verbal e não-verbal, provocando no co-enunciador efeitos multissensoriais”. Assim como na fala se reconhecem as pessoas por meio de entonação, nos discursos escritos, podem-se reconhecer os sujeitos pelo ritmo que imprimem por meio da pontuação empregada. Mas o tom por si só não recobre o campo do *ethos* enunciativo, deve ser associado a um caráter e a uma corporalidade. O caráter corresponde ao conjunto de traços psicológicos atribuído ao enunciador em função do seu modo de dizer e a corporalidade remete a uma representação do corpo do enunciador. O caráter e a corporalidade devem ser entendidos como aspectos ligados a concepções historicamente atribuídas ao comportamento global do enunciador, ou seja, aos estereótipos dos enunciadores.

Maingueneau (2016), ao retomar os conceitos sobre o *ethos*, propõe que seja atribuído a ele três dimensões: *categórica*, *experencial* e *ideológica*, que se ajustam de acordo com os textos que são analisados.

A dimensão *categórica* envolve papéis *discursivos* que são aqueles relacionados à atividade de fala: animador, contador de histórias, pregador e papéis *extradiscursivos* que são de natureza muito variada como pai de família, funcionário, médico etc. A dimensão *experencial* do *ethos* envolve as características sociopsicológicas estereotipadas que se relacionam com a incorporação e de mundo ético: bom senso e lentidão do campo, dinamismo do jovem executivo. A dimensão *ideológica* se refere a posicionamentos em um campo: feminista, de esquerda, conservador; em um campo político, romântico ou naturalista; em um campo literário. Segundo Maingueneau (2016), há uma forte interação entre as três dimensões.

3. VLOG “A HORA DA ESTRELA”

O *vlog*, selecionado para análise nesta pesquisa, é o *vlog* “A hora da estrela”² que tem como resenhista e locutora Isabella Lubrano. A duração é de 17 minutos, 17 minutos e 20 segundos, considerando o tempo com os anúncios. Ele está disponível no canal de Lubrano, no *YouTube*, “Ler antes de morrer”. Foi postado no canal em 3 de agosto de 2018.

O *vlog* é uma comunicação multimodal, ou seja, que mobiliza mais de um canal de comunicação. Como se trata de um gênero digital, há, conforme vimos com Maingueneau (2015), o apagamento da cena englobante e da genérica e uma hipertrofia da cenografia que se desdobra em cenografia digital e verbal. Com base nessa constatação, em primeiro lugar, descrevemos a cenografia digital e depois a verbal. Por estar na modalidade oral, o conteúdo verbal foi transcrito, seguindo as normas do Projeto NURC (USP-SP)³.

3.1. CENOGRAFIA DIGITAL

Ao acessar o canal “Ler antes de morrer”, a primeira imagem com que o co-enunciador se depara, no alto da tela, é de uma tarja azul. Nessa tarja, estão a imagem de quem enuncia nessa cenografia, a imagem de alguns livros empilhados, de uma máquina de escrever e de um rádio. Acima do rádio há a informação “Novos vídeos 11h am terças e sextas”. Essa cena remete-nos a um tempo anterior a era digital, comum a profissão de um jornalista que utilizava a máquina de escrever, tinha muitos livros. Pode-se ver também, na tarja azul, um selo do *Prêmio Jabuti*. A presença de tal selo indica que se trata de um trabalho reconhecido, valorizado, pois já foi indicado ao Prêmio.

Já abaixo da tarja azul, aparecem telas dos vídeos do canal “Ler antes de morrer”. Como são muitos, apenas as últimas publicações ficam na primeira página, como é usual nos canais do

² O *vlog* “A hora da estrela” está disponível no link <https://www.youtube.com/watch?v=xi1fwf1wB1Q>

³ Os sinais utilizados são:

...(qualquer pausa);

::ou mais (prolongamento de vogal ou consoante);

(...) (indicação de que a fala foi interrompida);

? (interrogação);

“(citação literal);

maiúsculas (entonação enfática);

ah, éh, ih (enfáticos).

YouTube. Outros podem ser encontrados pelo espaço de busca que fica no alto da página. Além do espaço de busca, há *links* que remetem para outras páginas do próprio canal, páginas do *YouTube* e outras da *Web* como *Facebook*, *Twitter*, *Skoob*, *Instagram* etc.

Buscando pela resenha “A hora da estrela”, visualiza-se a janela do vídeo e abaixo os comentários de quem acessa ou é seguidor do canal. Tais comentários são, de modo geral, sobre o tema da resenha, mas é possível encontrar comentários que não têm relação com esse discurso. Abaixo do vídeo há ainda a indicação do número de *likes* e de *deslikes* que são constantemente atualizados. *Likes* e *Deslikes* são recursos, acionados com apenas um clique, que servem para registrar uma opinião, positiva ou negativa, nesse espaço. Na resenha “A hora da estrela”, havia, até a data de acesso, 333 comentários, 61.631 visualizações, 6.500 *likes* e 59 *deslikes*. Esses números na *Web* indicam que se trata de um ambiente bastante visitado.

Os ambientes na *Web* muito visitados são considerados ideais para a veiculação de anúncios. No vídeo “A hora da estrela”, são veiculados três anúncios: um logo no início do vídeo e dois mais para o final. Tais anúncios vão sempre mudando por determinação da Plataforma *Youtube*, que reponde por essa publicidade. A cada acesso pode se encontrar um determinado tipo de anúncio.

Clicando no vídeo, a imagem que surge em destaque é do enunciador. Trata-se de uma imagem que mostra o sujeito até um pouco abaixo dos ombros; fica, pois, na tela um busto próximo da câmera e atrás dele o cenário. Dessa forma, a imagem de maior destaque na tela é a imagem do sujeito que enuncia. É uma jovem, tem os cabelos cumpridos, sorriso alegre, gesticula muito, mostra mais de uma vez os exemplares do livro “A hora da estrela”.

O cenário em que o enunciador se apresenta é composto de duas estantes com muitos livros, alguns com a capa voltada para a câmera, outros apenas a lombada. Do lado direito da tela, há o *logo* do canal “Ler antes de morrer”. No alto do vídeo, há o título do vídeo “A hora da estrela, Clarice Lispector (#193)”. O sinal #, nas mídias sociais, são empregados para associar palavras ou frases. Ainda que se trate de um ambiente digital, o cenário é formado pela imagem de livros impressos, que são reconhecidos como dignos de prestígio. Nesse caso, são mobilizadas cenas de fala validadas positivamente na memória coletiva (Maingueneau, 2013). Esse modelo valorizado diz respeito a um ambiente familiar, intimista, livresco.

No decorrer da apresentação, enuncia-se no vídeo o nome do canal, da capa do livro de Clarice Lispector e do meme que tem o bordão “ah::agora eu entendi... agora eu saquei:: agora todas as peças se encaixa::ram...” e, no final, o endereço de contato do canal.

Assim, verificamos que a cenografia digital se constitui de acordo com os componentes listados por Maingueneau (2015, p. 162). A página do canal “Ler antes de morrer” é uma imagem e essa imagem é formada de outras imagens como: a imagem da enunciativa do canal, do selo do Prêmio Jabuti, dos livros, do rádio, do *logo* do canal, da tela inicial dos vídeos do canal, de ícones, de títulos, de palavras, caracterizando o componente *iconotextual*: “o site mostra imagens e ele mesmo constitui um conjunto de imagens na tela”. Nessa página, há *links* para o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Skoob*, *links* para outras páginas do *Youtube* e da *Web*, o que caracteriza o componente *arquitetural*: “o site é uma rede de páginas acionadas de uma determinada maneira”. Já o componente *procedural* em que “cada site é uma rede de instruções destinadas ao usuário” caracteriza-se pelas instruções como início, vídeos, *playlists*, comunidade, canais entre outras, que o usuário pode acionar, de acordo com seu interesse.

3.2. CENOGRRAFIA VERBAL

O *vlog* tem início com uma saudação ao co-enunciador: “oi gente...” e com o seguinte comentário: “a resenha de hoje vai ser um pouco diferente... na verdade ela vai ser mais um comentário do que uma resenha porque eu to:: de tal maneira atordoada com a leitura que eu fiz essa semana... que eu não me sinto em condições de chegar a conclusões de criar um texto que tenha começo meio e fim:: vou tentar estruturar meu raciocínio mas:: vocês vão perceber que eu to muito encantada ainda... que eu ainda to sob o efeito disso que acabou acontecer comigo essa semana LITERARIAMENTE:: que foi a leitura finalmente bem-sucedida da hora da estrela da Clarice Lispector (...)”. O cumprimento informal e a cenografia de comentário, instaurada logo de início desse discurso, contribuem para uma aproximação entre os sujeitos envolvidos na comunicação. Também contribui para essa aproximação o comentário de que a leitura foi “finalmente bem-sucedida” e a reprodução do meme “ah:: agora eu entendi:: agora eu saquei::”. A leitura de “A hora da estrela”, assim como ocorre para muitos leitores, se constituía em um desafio para esse enunciador. Apesar da dificuldade, não demonstra sentir vergonha ou constrangimento pelo insucesso de outras tentativas.

O sucesso, naquele momento, é atribuído à maturidade adquirida na leitura e no ato de resenhar outras obras, além da leitura já realizada da coletânea dos contos “Laços de Família” e do romance “A paixão segundo G.H.”, livros também de Clarice Lispector. A leitura dessas duas obras de Clarice é considerada uma experiência bem-sucedida; entretanto, espera-se conseguir o mesmo com “A hora da estrela”, último romance publicado em vida por Clarice Lispector, considerado uma obra-prima.

Depois dos comentários iniciais, há o relato de que se está em um novo cenário: “essa ia ser realmente a primeira LEitura que ia fazer que ia COMeçar aqui na casa nova... e não na casa antiga...então...eu quis que fosse uma coisa marcante resolvi... enfim... me desafiar...”. Nessa cenografia familiar, descontraída, o enunciador une o desafio de ler a obra com o anúncio da “nova casa”, ou seja, com o desafio de estar em um novo ambiente. Nesse ambiente de desafios, o co-enunciador é instigado a também se desafiar: “se vocês têm algum livro... todo mundo tem... eu sei que vocês também tem...algum livro que vocês já tentaram... e não passa da segunda página... e não rola... não adianta... dei::xa... para um pouquinho... guarda ele na estante... olha pra ele... olha para a carinha dele... e fala...me aguarde... a gente... a gente vai voltar a conversar... vai lendo outras coisas... vai se desenvolvendo... e depois retorne... vocês vão ver...vai dar certo...”.

Na sequência, são apresentadas as edições do livro, o que tem relação com a publicidade da empresa, vendedora do livro, que patrocina o canal. O sujeito que desejar adquirir o livro é informado sobre as edições e, depois, onde adquiri-las. É informado, ainda, de que “a Hora da estrela é um romance muito curto... essa edição comemorativa da editora Rocco... lindíssima... pode passa a impressão de que é muito gran::de... mas na realidade.. olha só... o texto mesmo...essa é uma outra edição que sinceramente eu gosto mais... a arte de capa... eu acho ela mais bonita do que essa edição especial...e::ssa outra edição que contém APENAS a hora da estrela mostra como é um texto magrinho... que não chega a ter nem 100 páginas...” Nesse recorte, há o cuidado de chamar a atenção sobre o fato de que não se trata de “uma obra que se lê num rESpiro só... é necessário fazer essa leitura com calma...”, o que caracteriza o reconhecimento da complexidade da obra de Lispector e, por isso, a leitura se constitui em um desafio.

Como havia a preocupação, por parte do enunciador, de fazer mais uma tentativa de leitura e se frustrar, valeu-se da seguinte estratégia de leitura: “...enquanto eu lia... eu ia simplesmente copiando... éh... as frases que achava mais legais... ia fazendo os meus comentários... eu ia contando a história para mim mesma... tudo o que não ia entendendo... eu ia contando de novo pra mim mesma... e:...” Confessa que a estratégia deu certo “a história começou a fazer um sentido... bom... vocês viram que eu enchi muitas e muitas páginas... mas chegou uma ponto que eu não tava mais fazendo anotações... para eu não me perder na leitura... eu tava fazendo anotações porque eu queria eternizar no meu caderno... as frases maravilhosas que RECHEIAM essa narrativa... e que:: são de uma SABEDORIA:... de uma GENIALIDADE de uma IRONIA... como eu nunca vi em toda a minha vida...”. Ao apresentar uma estratégia para a compreensão do livro, espera que o co-enunciador faça o mesmo, porque certamente também será bem-sucedido.

Depois dos comentários, a enunciação se volta para o conteúdo do livro “A hora da estrela”. Embora haja a afirmação de que não será uma resenha, o efeito desse gênero está presente, pois trata-se de uma apreciação da obra de Lispector que começa com o relato de que a narrativa é a história de uma migrante nordestina chamada Macabea, moça que nasceu no sertão de Alagoas e migra para o Rio de Janeiro, ocupando um subemprego e “... se torna mais uma figura invisível e insignificante da sociedade...”. Paralelamente à história de Macabea, há o relato sobre o narrador Rodrigo SM que “... estamos falando de um homem chamado Rodrigo S M... ele se identifica apenas assim... como Rodrigo S M... ih:...ele é de tudo parecido com a própria escritora Clarice Lispector... “.

Nesse discurso, a criação de Clarice Lispector gera a impressão de “ela criou para si mesma uma versão masculina... para supostamente escrever a sua história... sem nenhum SENTIMENTALISMO... sem ser PIEGAS... sem ser MELODRAMÁTICA... com a DUREZA e a OBJETIVIDADE que só um escritor homem é capaz... e é evidente... que a gente percebe nisso tudo... uma grande de uma ironia... é uma grande de uma crítica..”. O interdiscurso, nesse caso, leva o co-enunciador a refletir sobre outros discursos que circulam na sociedade como o da sociedade patriarcal em que as mulheres escritoras não tinham o mesmo prestígio que os homens escritores; por isso, muitas delas publicaram livros com pseudônimos masculinos.

Ainda sobre as considerações gerais sobre a obra de Lispector, há a informação de que Rodrigo SM não se constitui na obra apenas como um narrador, mas “um intelectuAL:... perturbADO... uma pessoa que... obviamente... não tem origens humildes como Macabea... mas que um belo dia... andando pelo centro do Rio de Janeiro... se deparou com uma mulher... uma mulher... visivelmente... migrante nordestina andando na rua... e foi To::MADO por uma empatia por essa figura que ficou durante anos elaborando em sua cabeça...a história dessa pessoa... “. Por essa razão, “A hora da estrela” é a narrativa que relata a construção de uma narrativa.

O enunciador segue tecendo sua apreciação sobre “A hora da estrela”, o que configura a cenografia de resenha, embora afirme, como vimos, que não vai fazer uma resenha. Concluída a apreciação da obra, reitera seu encantamento pelo livro de Clarice Lispector, dizendo estar “impactada por essa história... de repente... a história se abriu pra mim... talvez tenha sido um processo semelhante ao do narrador Rodrigo S M que ficou anos e anos e anos com Macabea fermentando na sua consciência... até fi::malmente conseguir fazê-la nascer... fazê-la existir em forma de narrativa...” É mostrada novamente a edição comemorativa de “A hora de estrela”, com a informação de que “ela é valiosíssima... porque ela tem muito material extra... ela tem por exemplo olha só...trechos os manuscritos de Clarice Lispector”. Chama a atenção para a característica dessa escrita da autora “ olha só o nervoso dessa letra... olha só o desespero... realmente Clarice Lispector era o narrador Rodrigo S M e além de trechos do manuscri::to e de todo o processo editorial de transcrição do manuscrito... o merGULho no processo criativo de Clarice nessa que é sua obra prima... olha só... ela rejeitando trechos inteiros”. Termina informando que vai deixar disponível o *link* das duas edições. Esses *links* são da patrocinadora do canal, o que comprova que a apresentação das edições tem relação com o patrocinador do canal. A publicidade, nesse caso, não é afrontosa passa quase despercebida. O patrocinador é alguém que colabora para a existência do canal.

O *vlog* termina com os agradecimentos aos patrocinadores do canal e aos padrinhos e madrinhas: “muito obrigada... muito obrigada mesmo ... graças a vocês que esse projeto continua existindo... e é graças a vocês que tenho tempo:: e vou crescendo como leitora e vou ganhando capacidade de penetrar esse tipo de obra... fosse há quatro anos atrás... como eu falei... eu nunca teria conseguido... esse canal é::... além de ser a minha vida... meu trabalho... aquilo que eu amo...além de tudo ele é o meu desenvolvimento pessoal... ih:: eu tô muito agradecida mesmo... muito obrigada... a vocês que ajudam esse projeto existir e que me ajudam

a seguir adiante porque é por vocês que eu vou tentar enfrentar os meus medos literários... graças a vocês que eu enfrento tudo isso ... ih:: vale muito a pena... espero que eu inspire a vocês a fazer o mesmo... beijos pra todo mundo... vamos nos ver na bienal..."

No início desse discurso, a voz é suave, mas o tom se eleva e, em determinadas passagens, é bastante enfático como em: "sem nenhum SENTIMENTALISMO... sem ser PIEGAS... sem ser MELODRAMÁTICA... com a DUREZA e a OBJETIVIDADE. Em outros momentos, a fala é rápida, com fluência, com empolgação, ou seja, há a modulação da voz, de modo que o conteúdo veiculado não se torna monótono, arrastado, o que contribui para prender a atenção de quem assiste. Assim, o enunciador é reconhecido por esse ritmo que imprime e, junto com o caráter e a corporalidade, vai constituir o *ethos* discursivo, tanto na dimensão categórica como na experiencial, o que intensifica o poder de adesão.

No *vlog*, as cenografias se entrelaçam. Os componentes iconotextual, arquitetural e procedural, o cumprimento, os comentários, o meme, a apreciação da obra, o fluxo sonoro, os movimentos corporais, o código linguageiro, os gestos, os anúncios, as imagens das edições do livro, os agradecimentos, tudo isso envolve o co-enunciador no ato da comunicação e provoca nele "efeitos multissensoriais" (MAINGUENEAU, 2015, p.15). Dessa forma, podemos afirmar com Maingueneau (2015, p. 162), que "na Web, o enfraquecimento da cena genérica e da cena englobante acompanha uma hipertrofia da cenografia digital, que tem pouco em comum com a cenografia estritamente verbal".

3.3. ETHOS DISCURSIVO

O gênero multimodal *vlog resenha de livro* se enquadra na cena englobante jornalística, pois trata-se de uma atividade verbal que informa sobre uma obra literária, divulga essa obra e orienta os coenunciadores sobre o seu conteúdo. Nesse caso, trata-se de uma produção autônoma, sem vínculo com uma instituição de comunicação como é comum na Internet.

A cena genérica a que pertence *vlogs resenha de livro*, como o título já aponta, é a resenha, gênero jornalístico. Segundo José Marques de Melo (1994, p.125), o gênero jornalístico "que se convencionou chamar de *resenha* corresponde a uma apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores".

A amostra analisada tem a finalidade de compartilhar uma apreciação sobre o livro “A hora da estrela” de Clarice Lispector. Trata-se do último livro escrito por Lispector e se caracteriza por apresentar um narrador que, segundo ela, é seu alterego, um narrador fictício como se fosse uma outra personalidade sua. O enunciador é um sujeito que aprecia literatura de modo geral e se propõem a compreender a obra “A hora da estrela”, que se constitui em um desafio para ele, já que tentou outras vezes e não havia conseguido compreender o livro. O co-enunciador desse discurso são sujeitos que compartilham dessa paixão, internautas, familiarizados com a *Web*, espaço desse gênero.

Nesse discurso, distinguem-se duas cenografias: uma cenografia digital e uma cenografia verbal. A cenografia digital se caracteriza, entre outros elementos, pelas operações hipertextuais, ou seja, é possível clicar nos anúncios que são exibidos e ir para o *site* desses anunciantes, por exemplo. No espaço desse gênero, em específico, é possível acessar outros exemplares, outras páginas da *Web*. Trata-se de uma cenografia que só é possível nesse espaço, em razão do componente *iconotextual*. Por exemplo, um sujeito assistindo a um filme, em um cinema, não terá a mesma possibilidade.

Já a cenografia verbal implicada nesse discurso pela enunciação é a de resenha, pois o enunciador descreve e avalia o objeto de arte a “A hora da estrela”. Na cenografia verbal, vale ressaltar o modo de organização desse discurso, que vai além da descrição e avaliação da obra resenhada. O discurso tem início com uma interpelação “Oi gente”. Tal interpelação identifica o co-enunciador e contribui para que ele se reconheça nessa interpelação, o que gera um feito de aproximação entre enunciador e co-enunciador. Na sequência, o enunciador faz uma ressalva de que não fará uma resenha, mas o efeito do gênero está presente.

Antes de tratar propriamente do conteúdo, o enunciador registra seu encantamento pela obra. Há ainda a confissão de que não se sente envergonhado por não ter conseguido ler esse livro antes. Ao revelar tal fraqueza, ele se iguala a qualquer leitor médio que certamente terá dificuldade de compreender um livro como “A hora da estrela”, se não se valer de algumas estratégias de leitura.

Ao prever as possíveis dificuldades do co-enunciador, o enunciador antecipa que a leitura se constitui em um hábito, pois lê bem quem lê sempre, e que, quando não se consegue ler um livro, a saída é fazer como ele fez, ou seja, ler outros livros considerados mais fáceis e

voltar nessa leitura em um outro momento. Além dessa orientação, compartilha as estratégias de que se valeu durante a leitura para construir o sentido do livro que foi copiar as frases que julgava mais interessantes, fazendo comentários para si próprio. Revela que tal estratégia foi eficiente, pois aos poucos a história foi se revelando. Outra estratégia de leitura presente nesse discurso é a leitura do material extratexto que são os manuscritos da autora e os ensaios críticos, disponíveis na edição de capa dura. A leitura do material extratexto também contribui para a compreensão da obra.

Na sequência, o enunciador se atém ao conteúdo propriamente do livro. Descreve partes dessa obra e vai avaliando-a positivamente. Pronuncia-se com emoção por ter dado conta dessa leitura e demonstra sentir admiração pela genialidade da autora. Trata-se de uma enunciação carregada de emoção, de encantamento de quem compreendeu melhor a vida e o ser humano, de quem ampliou sua visão de mundo, de quem se sensibilizou com a visão do artista.

A encenação envolve o co-enunciador e desperta-lhe o desejo de também experimentar tais sensações. Nesse processo, contribui ainda para o envolvimento entre enunciador e co-enunciador o *ethos* discursivo que emerge das cenografias. A imagem que o enunciador constrói de si é de um sujeito apaixonado por literatura, determinado, pois se coloca um desafio e vence os obstáculos para atingir seu objetivo. É generoso, pois compartilha sua experiência de leitura, incentivando a todos a fazer o mesmo. É capaz de se emocionar, ao apreciar a grandiosidade e a genialidade da escritora de “A hora da estrela”. Ao fechar o discurso com os agradecimentos, demonstra gratidão o que é um gesto nobre, um gesto de humildade, de sensibilidade.

Segundo Nascimento (2019, p. 54),

a constituição de uma imagem do sujeito no discurso se situa entre o posicionamento do enunciador que se diz para propor uma condição a seu favor e uma dimensão ideológica, que exprime normas étnico-sociais, configuradas por eventos vivenciados. O discurso, nessa perspectiva, está ligado à prática e, em função disso, torna-se lugar de constituição de sujeitos com suas manifestações de vivências reflexivas e afetivas.

O *ethos* desse discurso se insere na dimensão *categórica*, pois o papel discursivo está relacionado à atividade de contar a história de um livro e de ser um incentivador da leitura, que se coloca em contato com o status extradiscursivo *youtuber*, jornalista. Insere-se também na dimensão *experencial* pela presença das caracterizações sociopsicológicas como a determinação,

a generosidade, a sensibilidade, a humildade. Tais dimensões incentivam o co-enunciador a se identificar com tal *ethos*, o que eleva o poder de persuasão desse discurso, que justifica, de acordo com as condições de produção, o grande número de sujeitos seguidores, animados que não só fazem a leitura da obra como comentam, discutem, avaliam o conteúdo apresentado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente artigo, examinamos o modo como o gênero de discurso *vlog* se organiza. Analisamos, com base no *vlog* “A hora da estrela”, as cenas de enunciação: englobante, genérica, cenografias verbal e digital e o *ethos* discursivo. A cena englobante do *vlog resenha de livro* é a jornalística, já que se trata do gênero resenha. Esse gênero circula na *Web*, portanto sua cenografia se desdobra em digital e verbal.

Caracteriza a cenografia digital o componente *iconotextual* (o *site* mostra imagens e ele mesmo constitui um conjunto de imagens na tela) e a cenografia verbal é a de resenha, pois há a apreciação da obra de arte “A hora da estrela”. Além desse conteúdo, o discurso apresenta saudação, estratégias de leitura, ensinando a lidar com obras que exigem maior esforço para compreendê-las.

Tal organização contribui para que, da cenografia digital e verbal, o *ethos* projetado seja o de um leitor comprometido, apaixonado por literatura, pessoa franca, generosa, que leva o co-enunciador a se envolver nesse discurso e, de acordo com as condições de produção, justifica o elevado número de seguidores do canal.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. P. S.; SILVA, R. J. *Vlogs* e o incentivo à formação de leitores. **Biblioteca Escolar em Revista**. Ribeirão Preto, v. 6, n. 1, p. 43-63, 2018. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/berev/article/view/132613>. Acesso em 2/03/2019.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

DORNELLES, J. P. **O fenômeno Vlog no Youtube: Análise de conteúdo de vloggers brasileiros de sucesso**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul,



2015. Disponível em <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/6987>, acesso em 30 dez. 2019.

LUBRANO, Isabella. **Ler antes de Morrer**. Disponível em <https://www.padrim.com.br/lerantesdemorrer>. Acesso em 12 ago. 2019.

LUNA, R. P.; BRANCO, S. O. O *vlog* como gênero textual aplicado a questões de ensino de literatura. **Revista Letras Raras**. Campina Grande, vol. 2, n. 1, p. 42- 56, 2013. Disponível em <http://revistas.ufcg.edu.br/ch/index.php/RLR/article/view/142>. Acesso em 2 jan. 2019.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2005.

_____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2015.

_____. “Retorno crítico sobre o *ethos*”. In: BARONAS, R. L.; MESTI, P. C.; CARREON, R. O. **Análise do discurso: Entorno da problemática do *ethos*, do político e de discursos constituintes**. Campinas/SP: Pontes Editores, 2016.

MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2ª ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1994.

NASCIMENTO, J. V. Em torno do *ethos* discursivo e de questões de identidade. In: FERREIRA, L. A. (org). **Inteligência retórica: o *ethos***. São Paulo: Blucher, 2019.

PRIMO, A. Os *blogs* não são diários pessoais *online*: matriz para a tipificação da *blogsfera*. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 36, 2008. Disponível em http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/revista_famecos.pdf. Acesso em janeiro 3 jan. 2019.

Izilda Maria NARDOCCI

Doutorado e mestrado em língua portuguesa pela PUC/SP; Especialização em tecnologias aplicadas à educação pela PUC/SP. Professora do departamento de português da PUC-SP e professora convidada da Escola Superior do Ministério Público de São Paulo para atuar na gestão e planejamento pedagógico de cursos on-line. É vice-líder do grupo de Pesquisa Memória e Cultura da Língua Portuguesa escrita no Brasil, sob a liderança do Prof. Dr. Jarbas Vargas Nascimento, vinculado ao Programa de Estudos Pós-graduados em Língua Portuguesa da PUC-SP. É membro do grupo de pesquisa Leitura e Produção de discursos, sob a liderança do Prof. Dr. Márcio Rogério de Oliveira Cano, vinculado ao Departamento de Ciências Humanas da UFLA-MG.

Recebido em 04/maio/2020 - Aceito em 27/julho/2020