

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA APLICADA
NÍVEL MESTRADO**

ALESSANDRA REDEL

***ETHOS* DISCURSIVO E EXTIMIDADE:
uma análise da construção da imagem discursiva de divulgadores científicos
no ecossistema Twitter**

**São Leopoldo
2023**

ALESSANDRA REDEL

***ETHOS* DISCURSIVO E EXTIMIDADE:
uma análise da construção da imagem discursiva de divulgadores científicos
no ecossistema Twitter**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Linguística Aplicada, pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientadora: Profa. Dra. Maria Eduarda Giering

São Leopoldo
2023

ALESSANDRA REDEL

**“ETHOS DISCURSIVO E EXTIMIDADE: UMA ANÁLISE DA
CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DISCURSIVA DE DIVULGADORES
CIENTÍFICOS NO ECOSISTEMA TWITTER”**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 28 DE ABRIL DE 2023.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. DR. ERNANI CÉSAR DE FREITAS - UPF
(PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

**PROF. DR. CAIO CÉSAR COSTA RIBEIRO MIRA -
UNISINOS (PARTICIPAÇÃO POR WEBCONFERÊNCIA)**

ORIENTADORA



PROFA. DRA. MARIA EDUARDA GIERING - UNISINOS

AGRADECIMENTOS À CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Para todas as mulheres que, de uma forma ou de outra, me inspiraram a nunca desistir dos meus sonhos e a sempre acreditar no meu potencial de ação.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Professora Doutora Maria Eduarda Giering, por ter aceitado me guiar nesta jornada acadêmica e por compartilhar seus conhecimentos comigo, tornando, assim, possível a realização deste trabalho.

A todos os professores que fizeram parte da minha trajetória educacional até aqui. Obrigada por compartilharem seus saberes e por me inspirarem a sempre continuar em busca de novos conhecimentos.

À Professora Doutora Vera Helena Dentee de Mello, minha orientadora durante a graduação e uma das pessoas responsáveis a me incentivar a ingressar no Mestrado.

À Professora Doutora Maria Helena Albé, com quem tenho trabalhado em diversos projetos desde a graduação e que também me incentivou a ingressar no Mestrado.

Ao grupo CCELD, por ter me recebido tão prontamente e por ter me ajudado nesta jornada acadêmica do Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada.

Aos meus pais, Marisa e Eloi, por todo amor dedicado a mim e por sempre me apoiarem e me encorajarem a seguir em busca dos meus sonhos.

RESUMO

Em 2020, em função da pandemia, diversas pessoas aderiram às redes sociais, principalmente ao Twitter, a fim de obterem informações relacionadas à doença – colocando, assim, luz sobre a ciência. Diante dessa conjuntura, as maneiras de divulgar ciência precisaram ser revistas e adaptadas ao novo contexto. Uma das novidades foi o fato de muitos cientistas utilizarem-se das suas próprias contas pessoais, nas redes sociais, para divulgar ciência. O objetivo geral é verificar como acontece a construção da imagem de divulgadores científicos no ecossistema Twitter, analisando a presença do discurso de extimidade (fragmentos de intimidade com intuito de validação social) na construção do *ethos*. Para isso, foram selecionados os perfis de dois divulgadores, Denise Garrett e Otavio Ranzani, médicos epidemiologistas que fazem divulgação da ciência no Twitter, com grande repercussão. Os aportes teóricos que norteiam esta pesquisa são a Teoria do Discurso Digital, de Marie-Anne Paveau (2015, 2016, 2021), que trata das características específicas dos discursos digitais nativos; e os postulados de Ruth Amossy (2005) e de Dominique Maingueneau (2001, 2008, 2014, 2020) relativos aos estudos do *ethos* discursivo. O tipo da pesquisa é misto (qualitativo e quantitativo), e o *corpus* de estudo é composto de 128 capturas de tela, sendo 4 das biografias (bios) dos divulgadores, 82 de tuítes publicados por Denise Garrett e 42 de tuítes publicados por Otavio Ranzani em suas respectivas contas pessoais no Twitter. Das 128 capturas, optamos por analisar aquelas que melhor exemplificam como ocorre a construção da imagem dos divulgadores em questão. Os achados da pesquisa indicam mudanças no modo de divulgar ciência e apontam para o surgimento de um novo tipo de *ethos* mais humanizado dos cientistas e divulgadores científicos.

Palavras-chave: Divulgação da ciência. Discurso Digital. Extimidade. *Ethos* discursivo. Twitter.

ABSTRACT

In 2020, because of the pandemic, several people joined social networks, mainly Twitter, in order to obtain information related to the disease – thus shedding light on science. Faced with this conjuncture, the ways of popularizing science needed to be reviewed and adapted to the new context. One of the novelties was the fact that many scientists used their own personal accounts on social networks to popularize science. The main objective is to verify how the image of scientific popularizers is constructed in the Twitter ecosystem, analyzing the presence of extimacy discourse (fragments of intimacy with the aim of social validation) in the construction of the *ethos*. For this, we selected two profiles, Denise Garrett and Otavio Ranzani, epidemiologists who popularize science on Twitter, with great repercussions. The theoretical contributions that guide this research are the Theory of Digital Discourse, by Marie-Anne Paveau (2015, 2016, 2021), which deals with the specific characteristics of native digital discourses; and the postulates of Ruth Amossy (2005) and Dominique Maingueneau (2001, 2008, 2014, 2020) related to the studies of the discursive *ethos*. The type of the research is mixed (qualitative and quantitative), and the corpus of the study is composed of 128 screenshots, 4 of which are biographies (bios) of science popularizers, 82 are tweets published by Denise Garrett and 42 are tweets published by Otavio Ranzani, on their respective personal Twitter accounts. From the 128 captures, we chose to analyze those that best exemplify how the image of the promoters in question is built. The research findings indicate changes in the way of disseminating science and point to a new type of more humanized *ethos* of scientists and science popularizers.

Key-words: Science popularization. Digital discourse. Extimacy. Discursive *ethos*. Twitter.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ranking por medida de influência: pesquisadores e instituições brasileiras	13
Figura 2 – Hibridismo nos discursos científicos midiáticos.....	21
Figura 3 – Espiral da cultura científica	24
Figura 4 – Página inicial do perfil do Twitter no ecossistema Twitter	35
Figura 5 – Recursos disponíveis para elaboração de um tuíte.....	35
Figura 6 – Tuíte	36
Figura 7 – Fio (sequência de tuítes).....	36
Figura 8 – Selo de verificação do Twitter	37
Figura 9 – Perfil de Denise Garrett no Twitter	53
Figura 10 – Perfil de Otavio Ranzani no Twitter	54
Figura 11 – Construção da imagem de si a partir da perspectiva de extimidade conjugada ao ethos discursivo	58
Figura 12 – Bio de Denise Garrett no Twitter, no dia 01/08/2021.....	60
Figura 13 – Bio de Denise Garrett no Twitter, no dia 31/08/2021.....	61
Figura 14 – Sequência de tuítes no perfil de Denise Garrett (parte 1)	62
Figura 15 – Sequência de tuítes no perfil de Denise Garrett (parte 2)	63
Figura 16 – Tuíte de Denise Garrett no dia 23 de agosto de 2021.....	66
Figura 17 – Tuíte de Denise Garrett no dia 24 de agosto de 2021.....	69
Figura 18 – Tuíte de Denise Garrett no dia 29 de agosto de 2021.....	72
Figura 19 – Bio de Otavio Ranzani no Twitter, no dia 01/08/2021	75
Figura 20 – Bio de Otavio Ranzani no Twitter, no dia 31/08/2021	76
Figura 21 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 1 de agosto de 2021	77
Figura 22 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 5 de agosto de 2021	79
Figura 23 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 7 de agosto de 2021	81
Figura 24 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 17 de agosto de 2021	83

LISTA DE FLUXOGRAMAS

Fluxograma 1 – A construção do ethos segundo Maingueneau.....	48
---------------------------------------------------------------	----

LISTA DE SIGLAS

ADD Análise do Discurso Digital

DC Divulgação da Ciência

LA Linguística Aplicada

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA NA WEB 2.0: DESAFIOS E MUDANÇAS	18
3 A TEORIA DA ANÁLISE DO DISCURSO DIGITAL: UM OLHAR PARA ALÉM DA DUALIDADE	28
3.1 <i>Extimidade</i>	32
3.2 <i>Ecossistema Twitter</i>	34
4 O ETHOS DISCURSIVO SOB DIFERENTES ÓTICAS	41
4.1 <i>O ethos aristotélico</i>	41
4.2 <i>O ethos discursivo em Ruth Amossy</i>	42
4.3 <i>O ethos discursivo em Maingueneau</i>	45
4.3.1 <i>O ethos discursivo e a internet</i>	48
4.4 <i>A extimidade conjugada ao ethos</i>	50
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	52
6 ANÁLISE DO CORPUS	59
6.1 <i>Perfil 1: Denise Garrett</i>	59
6.1.1 Sequência de tuítes de Denise Garrett (parte 1 e parte 2) no dia 9 de agosto de 2021	61
6.1.2 Tuíte de Denise Garrett do dia 23 de agosto de 2021.....	66
6.1.3 Tuíte de Denise Garrett do dia 24 de agosto de 2021.....	69
6.1.4 Tuíte de Denise Garrett do dia 29 de agosto de 2021.....	72
6.2 <i>Perfil 2: Otavio Ranzani</i>	74
6.2.1 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 1 de agosto de 2021	76
6.2.2 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 5 de agosto de 2021	78
6.2.3 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 7 de agosto de 2021	80
6.2.4 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 17 de agosto de 2021	82
6.3 <i>Discussões</i>	85
7 CONCLUSÃO	88
REFERÊNCIAS	91

1 INTRODUÇÃO

A segunda geração dos serviços da internet, também chamada de Web 2.0, promoveu diversas mudanças que a transformaram em uma plataforma dinâmica, interativa e colaborativa, o que possibilitou o surgimento, por exemplo, das redes sociais. Sucesso no mundo inteiro, estima-se que mais da metade da população mundial utiliza-se das redes sociais, conforme dados de 2020 do relatório da *We Are Social*, em parceria com a *Hootsuite*¹ (KEMP, 2020).

Uma parte significativa dos usuários chegou às redes no ano retrasado, 2020, em função da pandemia². Muitos, além de entretenimento, também buscavam informações relacionadas ao contexto pandêmico, por isso passaram a seguir os perfis on-line de agências de saúde e de divulgadores científicos, principalmente no Twitter. Segundo dados de relatório emitido pelo *Science Pulse* com o apoio do *Instituto Serrapilheira*³, é possível perceber que a migração para o Twitter acarretou um aumento do movimento na rede de ciência brasileira de 2020 para 2021 nessa mídia social (SPAGNUOLO, 2021). Além disso, de acordo com um levantamento realizado pela *Statista* em abril de 2021, o Brasil é o 5º país com maior número de usuários do Twitter, alcançando a marca de 17,9 milhões de usuários⁴ (DIXON, 2021).

Assim, com tantos novos usuários chegando à plataforma e buscando informações relacionadas à pandemia, a divulgação da ciência (doravante DC) precisou se adequar à nova conjuntura e também ocupar o Twitter. Considerando que, consoante Vogt (2011, p. 102), “a apropriação do conhecimento científico deve ser um processo ativo e constante”, as instituições e os divulgadores de ciência terão o desafio de, após o fim da pandemia, manterem o espaço já adquirido nas redes sociais e continuarem crescendo. Em relação aos cientistas, o que se tem percebido é que eles assumiram o compromisso com a DC e tem feito isso de forma independente, ou seja, em suas próprias contas pessoais nas redes sociais.

¹ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>. Acesso em: 19 ago. 2021.

² Disponível em: https://www.ibpad.com.br/wp-content/uploads/2020/12/relatorio_vozesdacienciacovid_ibpad2020.pdf. Acesso em: 20 jul. 2021.

³ Disponível em: https://abori.com.br/wp-content/uploads/2021/09/Relatorio-UM-ANO-DE-DISCOSSOES-CIENTIFICAS-NO-TWITTER_-AVALIANDO-O-IMPACTO-DA-DIVULGACAO-CIENTIFICA-NA-PANDEMIA-1.pdf. Acesso em: 18 jan. 2022.

⁴ Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

Em 2020, um estudo realizado pelo *Science Pulse* e pelo *Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados* (IBPAD)⁵ identificou as principais vozes da ciência sobre o tema covid-19 no Twitter, em 2020⁶ (MEIRELLES, 2020). Os perfis analisados foram avaliados a partir de três critérios diferentes. O primeiro deles diz respeito à popularidade dos divulgadores, sendo observados o nível de alcance e a quantidade de seguidores dos perfis. O segundo, relaciona-se à autoridade, desse modo foram verificados quais eram os perfis centrais de difusão das informações, isto é, quais os que possuíam maior prestígio. O terceiro critério trata da articulação, ou seja, foram examinados quais eram os perfis que apresentavam maior capacidade de difundir suas mensagens entre diferentes grupos.

Os critérios de avaliação foram utilizados em diferentes contextos, entre eles está o de que nos valeremos nesta pesquisa: *Ranking* por medida de influência: pesquisadores e instituições brasileiras. Na Figura 1, podemos observar a posição, de acordo com os critérios já mencionados, que cada divulgador ou instituição ocupou nesse *ranking*:

Figura 1 – Ranking por medida de influência: pesquisadores e instituições brasileiras

RANKING POR MEDIDA DE INFLUÊNCIA¹: **GRUPO - I PESQUISADORES E INSTITUIÇÕES BRASILEIRAS**

POPULARIDADE				AUTORIDADE				ARTICULAÇÃO			
#	NOME / USUÁRIO	PERFIL ²	SEGUIDORES	#	NOME / USUÁRIO	PERFIL ²	SEGUIDORES	#	NOME / USUÁRIO	PERFIL ²	SEGUIDORES
1	Richard Dawkins (@RichardDawkins)	Biólogo / Escritor	2.959.849	1	Atila Iamarino (@atila)	Divulgador científico	1.085.123	1	USP (@usponline)	Universidade	215.174
2	Atila Iamarino (@atila)	Divulgador científico	1.085.123	2	Otávio Ranzani (@otavio_ranzani)	Epidemiologista / Médico	16.091	2	Luiza Caires (@luizacaires3)	Divulgadora científica	33.078
3	Agência Fiocruz (@agencia_fiocruz)	Agência de notícias	250.864	3	Natalia Pasternak (@TaschnerNatalia)	Microbiologista	45.122	3	Otávio Ranzani (@otavio_ranzani)	Epidemiologista / Médico	16.091
4	Silvio Almeida (@silviolua)	Professor / Advogado	235.241	4	Paulo Lotufo (@PauloLotufo)	Professor / Epidemiologista	14.784	4	Atila Iamarino (@atila)	Divulgador científico	1.085.123
5	USP (@usponline)	Universidade	215.174	5	Obscovidbr (@obscovid18br)	Projeto colaborativo	12.879	5	Rede Análise COVID-19 (@analise_covid19)	Projeto colaborativo	16.152
6	SBPC (@SBPCnet)	Associação científica	183.410	6	Luiza Caires (@luizacaires3)	Divulgadora científica	33.078	6	Thomas Conti (@ThomasVConti)	Professor / Divulgador científico	34.947
7	IBGE Comunica (@ibgecomunica)	Instituto de pesquisa	171.265	7	Mellanie Fontes-Dutra (@mellizilang)	Neurocientista / Divulgadora científica	9.003	7	Marcia Castro (@marciacastro)	Professora	3.011
8	Ufes (@ufesoficial)	Universidade	113.361	8	Daniel A. Dourado (@dadourado)	Médico / Advogado sanitário	43.911	8	Anderson Brito (@AndersonBrito_)	Virologista	2.833
9	UFMG (@ufmg)	Universidade	103.038	9	Marcio S Bittencourt (@MBittencourtMD)	Cardiologista / Editor científico / Professor	6.014	9	Mellanie Fontes-Dutra (@mellizilang)	Neurocientista / Divulgadora científica	9.003
10	UFSC (@UFSC)	Universidade	99.038	10	Denise Garrett, MD, MSc (@dgarrett)	Médica / Epidemiologista	13.807	10	Marcio S Bittencourt (@MBittencourtMD)	Cardiologista / Editor científico / Professor	6.014

¹ Mais detalhes sobre as métricas utilizadas para elaboração do ranking na seção [Metodologia](#).
² Os perfis foram classificados de acordo com as informações disponibilizadas no campo de biografia dos usuários.

* Para entender por que há perfis internacionais no cluster brasileiro, veja a explicação do slide 25 na Metodologia.

Fonte: Meirelles (2020).

⁵ Disponível em: https://www.ibpad.com.br/wp-content/uploads/2020/12/relatorio_vozesdacienciacovid_ibpad2020.pdf. Acesso em: 20 ago. 2021.

⁶ De acordo com as informações metodológicas do estudo, “a rede de interações foi desenvolvida a partir da base de dados do *Science Pulse*, que reuniu 213.469 publicações de cientistas, especialistas e organizações da comunidade científica sobre a COVID-19 entre junho e outubro de 2020” (MEIRELLES, 2020, p. 4).

Dentre os pesquisadores contemplados na classificação, segundo o critério de autoridade, estão os divulgadores científicos Otavio Ranzani, que ocupa a segunda posição, e Denise Garrett, que se encontra na décima posição. Embora eles não estejam em primeiro lugar no ranking, decidimos estudar seus perfis, que são diferenciados dos demais nomes que compõem o ranking, pois ambos são médicos epidemiologistas. A decisão em focar a investigação nesses dois nomes baseou-se na suposição de que seja relevante, para o estudo da imagem de si, o *ethos* discursivo, que ambos constroem como divulgadores científicos na plataforma Twitter, o fato de serem especialistas renomados na área médica que trata, entre outras, das variadas questões técnicas que envolvem a pandemia de covid-19.

Destacamos que Denise e Ranzani não se apresentam, explicitamente, como divulgadores científicos. Entretanto, é possível construir sua relação com a ciência a partir das informações que eles fornecem em sua biografia (bio), como os seus vínculos acadêmicos e institucionais e suas áreas de interesse. Ademais, a partir das informações compartilhadas em seus tuítes – que, no atual contexto, são majoritariamente relacionadas à covid-19 –, percebemos que, para além de fazer ciência, ambos também se dedicam a divulgá-la em suas contas pessoais no Twitter.

Ademais, a partir de uma análise preliminar do perfil de Denise Garrett e Otavio Ranzani no Twitter, percebemos que, apesar de eles atuarem como divulgadores científicos da mesma área e possuírem formações acadêmicas semelhantes, os elementos que constituem seus enunciados apontam para diferentes imagens de si. Salientamos que seus vínculos de interesse profissional são diferenciados, o que, acreditamos, faz com que os conteúdos e as perspectivas a partir das quais eles se apresentam sejam distintas.

Além disso, ao se observar a construção da imagem desses divulgadores no Twitter, também conseguimos constatar a presença de algo comum a esse ambiente: fragmentos da intimidade com intuito de validação social, ou seja, fragmentos de extimidade, característica que vinculamos à noção de *ethos*. A expressão da intimidade mostra que, apesar de estarem no espaço público das redes sociais, suas apresentações indicam que falam não apenas como epidemiologistas, mas como cidadãos comuns. Assim, podemos inferir que, em suas postagens, será possível observar uma confluência entre aspectos das suas vidas pessoais e profissionais, o

que faz emergir um tipo diferenciado de *ethos* relacionado ao âmbito da divulgação da ciência nas redes sociais que merece ser estudado.

Diante disso, buscamos responder a seguinte pergunta de pesquisa: como os divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani constroem as imagens discursivas de si, no ecossistema do Twitter, a partir da perspectiva de extimidade conjugada ao *ethos* discursivo? Para isso, coletamos os tuítes dos divulgadores ao longo do período de 01/08/2021 a 31/08/2021, durante a pandemia. Traçamos como objetivo geral: verificar como acontece a construção da imagem dos divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani no ecossistema Twitter, analisando a presença do discurso de extimidade (fragmentos de intimidade com intuito de validação social) na construção do *ethos*. São objetivos específicos: (i) caracterizar a presença do discurso de extimidade na construção do *ethos*; (ii) examinar como os divulgadores se apropriam das características tecnodiscursivas do ecossistema Twitter em suas interações; (iii) descrever as diferenças e semelhanças nas construções das imagens discursivas de Denise Garrett e de Otavio Ranzani; (iv) identificar como Denise Garrett e Otavio Ranzani divulgam ciência em seus perfis.

Uma vez definidos os objetivos desta pesquisa, esclarecemos que, para a geração e a análise dos dados, optamos por seguir o método misto concebido por Creswell (2010, p. 211), um tipo de procedimento que advém da necessidade de “reunir dados quantitativos e qualitativos em um único estudo”. Ao todo, nosso *corpus* de estudo conta com 128 capturas de tela, sendo 4 das biografias (bios) dos divulgadores, 82 de tuítes publicados por Denise Garrett e 42 de tuítes publicados por Otavio Ranzani em suas respectivas contas pessoais no Twitter.

Tendo em vista que os discursos a serem analisados são nativos da internet, um de nossos aportes teóricos será a Teoria do Discurso Digital (doravante ADD), de Marie-Anne Paveau (2015, 2016, 2021), cujos postulados possibilitam o estudo de um *corpus* on-line, como são os tuítes de Garrett e Ranzani. Para a elaboração de categorias próprias do digital, Paveau (2021) contempla o funcionamento do discurso nas redes a partir de uma noção ecológica, que considera o conjunto do ambiente, isto é, toma como objeto de análise tanto o verbal ou o linguageiro, quanto o não verbal, o tecnológico. Além da ADD, como nosso outro aporte teórico, nos valeremos de noções concebidas por Maingueneau (2001, 2008, 2014, 2020) e Amossy (2005) acerca do conceito de *ethos* discursivo, ao qual relacionaremos o conceito de

extimidade, uma categoria proposta por Paveau (2021) para a análise dos discursos de exteriorização da intimidade dos internautas.

Nosso enfoque teórico justifica o presente trabalho, pois estudos que buscam examinar a construção do *ethos* discursivo e os fragmentos de extimidade conjuntamente ainda são muito escassos. Em uma pesquisa breve nas bases de dados, foi possível encontrar apenas dois artigos que fazem isso: um de 2020, publicado na Revista ABRALIN, intitulado *Lives presidenciais: reflexões iniciais sobre o discurso político digital*⁷; e um de 2021, publicado na revista Calidoscópico, intitulado *A extimidade em perfis médicos do Instagram: indícios de um deslocamento do ethos*⁸. Dessa forma, pretendemos, com esta pesquisa, igualmente suprir, em parte, essa lacuna.

Consideramos que este trabalho também irá apresentar contribuições para a área da Linguística Aplicada (LA), pois a divulgação da ciência, nas redes sociais, coloca questões discursivas de interesse público e social, especialmente no que se refere a temas relacionados à covid-19, doença que tem provocado tantas dificuldades ao povo brasileiro. Ademais, tendo em vista que nos propomos a analisar a imagem discursiva de dois divulgadores científicos, também consideramos que este estudo trará contribuições para a área da divulgação da ciência.

O trabalho está organizado em sete capítulos: Introdução; Divulgação da Ciência na Web 2.0: desafios e mudanças; A teoria da Análise do Discurso Digital: um olhar para além da dualidade; O *ethos* discursivo sob diferentes óticas; Procedimentos metodológicos; Análise do *corpus*; e Conclusão.

Nesta introdução (capítulo um), buscamos deixar clara a delimitação do tema, os objetivos que traçamos ao iniciarmos o trabalho e as questões a que procuramos responder. Também explicitamos quais serão os perfis de divulgadores científicos analisados, o porquê de julgarmos pertinente este estudo e quais as teorias que amparam a análise.

No segundo capítulo, abordamos aspectos importantes sobre a divulgação da ciência. Para isso, nos ancoramos nos seguintes autores: Belens e Porto (2009); Bueno (1985); Calsamiglia e Van Dijk (2004); Caribé (2015); Charaudeau (2008, 2013,

⁷ Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1731/2069?download=pdf>. Acesso em: 24 abr. 2022.

⁸ Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/23359/60748833>. Acesso em: 24 abr. 2022.

2016); Costa, Sousa e Mazoco (2010); Giering e Souza (2012); Lévy-Leblond, (2006); Marques (2012); Porto e Moraes (2009); Príncipe (2013); Rojo e Moura (2012); e Vogt (2003, 2011).

No terceiro capítulo, dedicamo-nos, primeiramente, a apresentar alguns dos postulados de Marie-Anne Paveau (2015, 2021) a partir da perspectiva da Análise do Discurso Digital. Em um segundo momento, elucidamos o conceito de extimidade defendido pela autora.

No quarto capítulo, discorremos acerca dos estudos sobre o *ethos*. Para tanto, iniciamos realizando uma breve contextualização das considerações de Aristóteles em relação à Retórica. A seguir, trazemos as contribuições dos linguistas Amossy (2005) e Maingueneau (2001, 2008, 2010, 2014, 2020) sobre as suas contribuições para as discussões relativas ao *ethos* discursivo.

No quinto capítulo, elucidamos os procedimentos metodológicos adotados em nosso trabalho. Assim, esclarecemos questões sobre como foi realizada a geração de dados, quais foram os critérios utilizados para escolha dos perfis e dos tuítes analisados e os procedimentos adotados na análise.

No sexto capítulo, realizamos a análise das postagens dos divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani a partir do objetivo geral deste estudo: verificar como acontece a construção da imagem dos divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani no ecossistema Twitter. Para isso, analisamos a presença do discurso de extimidade (fragmentos de intimidade com intuito de validação social) na construção do *ethos*.

No sétimo e último capítulo, apontamos os achados desta pesquisa e propomos algumas reflexões acerca desses. Também retomamos a interrogação problematizadora do problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos delineados, a fim de avaliar em que medida conseguimos cumprir aquilo a que nos propusemos na pesquisa.

2 DIVULGAÇÃO DA CIÊNCIA NA WEB 2.0: DESAFIOS E MUDANÇAS

Ao longo deste capítulo, buscamos, primeiramente, além de elucidar alguns conceitos relacionados à divulgação da ciência, explicar qual é seu objetivo e sua finalidade. A seguir, apresentamos os três domínios discursivos propostos por Charaudeau (2016) quando adentramos na esfera da divulgação da ciência na mídia: o científico, o didático e o midiático. Após, são expostos os modelos de comunicação pública da ciência. Por fim, discorremos sobre as mudanças que a Web 2.0 promoveu na área da DC.

A ciência busca explicar os fenômenos naturais que nos cercam por meio de processos metodológicos que sejam testáveis e reproduzíveis. E sua finalidade é a produção de conhecimentos, os quais devem ser úteis para a população como um todo. Uma vez que se compreende que esses conhecimentos devem estar a serviço da população em geral, é importante que eles sejam difundidos (BELENS; PORTO, 2009).

Defende-se, cada vez mais, que o processo de difusão da ciência não esteja restrito apenas aos ambientes especializados, mas que deva circular por toda sociedade. E, mais do que isso, que os indivíduos possam compreender a totalidade do processo científico, a fim de que possam confiar no processo e nos resultados das pesquisas e, conseqüentemente, reconhecer a importância da ciência. Ou seja, o “objetivo [da divulgação científica] deve ser trabalhar para que todos os membros da nossa sociedade passem a ter uma melhor compreensão, não só dos resultados de pesquisa científica, mas da própria natureza da atividade científica” (LÉVY-LEBLOND, 2006, p. 43).

Convém, antes de mais nada, que se explicitem alguns conceitos vinculados à divulgação da ciência. Com o intuito de evidenciar a pluralidade desse processo, que envolve diferentes estratégias considerando o público a quem se destina, apresentamos as categorias propostas por Bueno (1985) acerca dos diferentes tipos de difusão científica. O conceito de difusão possui, consoante Bueno (1985, p. 1420), um sentido demasiadamente amplo, podendo estar relacionado “[...] a todo e qualquer processo ou recurso utilizado para veiculação de informações científicas e tecnológicas”, e, por isso, comporta diferentes formas de difusão científica. Bueno (1985, p. 1421) defende ainda que ela “pode ser pensada em pelo menos dois níveis,

segundo a linguagem em que as informações são escritas e segundo o público a que estas se destinam: 1) difusão para especialistas e 2) difusão para o público em geral”.

Com relação ao primeiro caso, *difusão para especialistas*, Bueno (1985) esclarece que ela também pode ser vista a partir de dois outros níveis: disseminação intrapares e disseminação extrapares. Em ambas as situações, a circulação do conhecimento será destinada a especialistas (com uma linguagem especializada). Mas, na intrapares, será direcionada para especialistas da mesma área ou de áreas conexas; já, quando for extrapares, será voltada para especialistas de outras áreas distantes (BUENO, 1985).

No segundo caso, a *difusão para o público em geral* refere-se, de acordo com o autor, à divulgação científica. Nesse caso, para ele, pressupõe-se que ocorra “um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência” (BUENO, 1985, p. 1421-1422).

Uma vez apresentadas as categorias propostas por Bueno (1985), ressaltamos que, assim como afirmamos no início deste capítulo, os processos de divulgação não são estáticos e sofreram mudanças. Ao longo dos anos, outros autores – como, por exemplo, Albagli (1996), Gouvêa (2000), Zamboni (2001) etc. – também desenvolveram estudos que, ao serem comparados entre si, nos indicam que não há um consenso quanto ao significado dos termos divulgação, difusão, disseminação e popularização da ciência. Em vista disso, utilizaremos os termos divulgação, popularização e comunicação da ciência como sinônimos, uma vez que todos “estão centrados no processo cujo esquema parte do emissor com o objetivo de enviar informações específicas a determinado grupo social” (CARIBÉ, 2015, p.101).

Segundo Charaudeau (2016, p. 550), “a divulgação científica participa de uma finalidade que consiste em tornar acessível a um grande número de indivíduos (divulgar e difundir) os resultados das pesquisas científicas”. Ou seja, é de responsabilidade da DC popularizar achados de pesquisas científicas à população não especialista. Destacamos, no entanto, que tornar um conhecimento acessível, não significa torná-lo simplista. Muito pelo contrário. De acordo com Calsamiglia e Van Dijk (2004, p. 370, grifo nosso, tradução nossa), a popularização da ciência envolve

“a transformação de conhecimento especializado em conhecimento ‘cotidiano’ ou ‘leigo’, bem como uma *recontextualização* do discurso científico”⁹.

Charaudeau (2016) também defende que não se trata apenas de uma reformulação/transposição de um discurso científico para um discurso de divulgação, mas de uma *recontextualização*. Em outras palavras, conforme Charaudeau (2016, p. 556), o discurso de divulgação científica é “uma construção dependente dos procedimentos da encenação midiática”, pois, para recontextualizá-lo, será necessário considerar as características da situação de comunicação em que ele estiver inserido.

Dessa forma, o divulgador não irá apenas atentar-se à linguagem do discurso, que deve ser recontextualizada a fim de tornar-se acessível ao público não especialista, mas também precisará preocupar-se com a situação de comunicação na qual a interação acontece, referindo-se “ao ambiente físico e social do ato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2008, p. 69). Diante disso, entendemos que a situação de comunicação varia de acordo com as condições em que foi produzida e isso implica demandas diferentes por parte do locutor. Conforme mudam os destinatários, os temas, os meios, os fins comunicacionais, alteram-se as estratégias acionadas pelo divulgador. Isto é, ele precisará estar atento a todas as restrições da situação de comunicação ao recontextualizar seu discurso científico de origem.

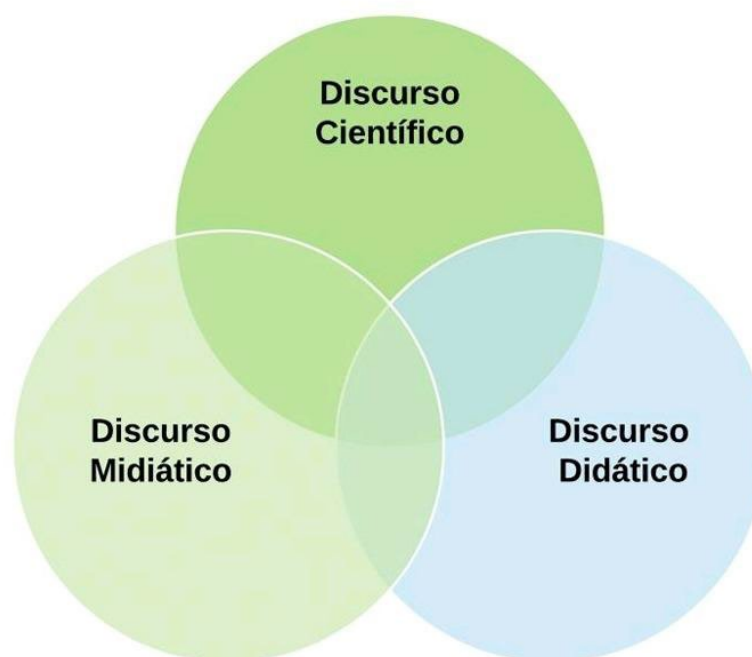
De acordo com Charaudeau (2016), quando se trata da divulgação da ciência na mídia, precisamos ter em conta que três domínios discursivos estão em jogo: o científico, o didático e o midiático. No primeiro, busca-se instituir uma verdade. No didático, a finalidade caracteriza-se por uma visada tripla: de informação, em que o saber já pré-existe e o professor (detentor do conhecimento) será o mediador entre a informação e o aluno; de captação, pois aquele precisará encontrar estratégias para captar o interesse dos alunos; e de avaliação, porque, ao final, o aluno precisará ser avaliado quanto ao seu processo de aquisição do conhecimento. Já no midiático, o objetivo é tanto de informar algo a fim de que o indivíduo forme uma opinião sobre o assunto quanto de captar, por motivos mercadológicos, o maior número possível de ouvintes, leitores e telespectadores. A situação de comunicação da ciência, por sua

⁹ Em inglês: “the transformation of specialized knowledge into ‘everyday’ or ‘lay’ knowledge, as well as a recontextualization of scientific discourse”.

vez, situa-se na intersecção desses três tipo de discurso, conforme se pode ver no esquema de Giering e Souza (2012) - Figura 2.

Figura 2 – Hibridismo nos discursos científicos midiáticos

Situação de comunicação



Fonte: Giering e Souza (2012).

A finalidade do discurso de midiatização da ciência, consoante Charaudeau (2016), é de informar (fazer saber algo) e de captar (suscitar o interesse do público). Esclarecemos que o objetivo não é instigar o público a formar uma opinião, mas apresentar conhecimentos já estabelecidos (ser explicativo). Além disso, o fato de situar-se na intersecção entre três diferentes tipos de discurso faz com que seja necessário destinar atenção às “condições situacionais de sua produção”, ou seja, ao contrato de comunicação (GIERING; SOUZA, 2012, p. 1). Esse funciona como uma espécie de acordo tácito, no qual os parceiros organizam seus discursos de acordo com as restrições determinadas pelo contrato. As restrições, conforme Charaudeau (2008, p. 12), não são “nem regras nem normas, mas mais um conjunto de convenções necessárias, ainda que não suficientes”. Charaudeau (2016) esclarece que o discurso de midiatização da ciência está condicionado a quatro tipos de restrições: restrição de visibilidade, que faz com que sejam divulgados os conhecimentos que forem excepcionais; restrição de legibilidade, que diz respeito ao

uso de linguagem simples e de elementos paratextuais escrito-visuais (título, subtítulo, imagens etc.); restrição de seriedade, que se refere aos elementos que desempenham o papel de argumento de autoridade, aos modos de organização explicativo e descritivo do discurso, entre outros; restrição de emocionalidade, que está relacionada aos diferentes tipos de procedimentos que visam provocar efeitos afetivos.

Outro fator importante a ser observado quando se fala em comunicação pública da ciência refere-se às diferentes possibilidades de modelos que podem ser adotados. A partir deles, é possível compreender qual papel é esperado que o cientista e o público desempenhem em cada um e, ao saber isso, consegue-se avaliar quais modelos estão funcionando ou não e o porquê. Assim, pode-se promover mudanças e novas estratégias que ajudem a corrigir os problemas ou pensar em novos modelos.

De modo geral, de acordo com Costa, Sousa e Mazoco (2010), os modelos de comunicação pública da ciência podem ser divididos em unidirecionais e dialógicos. Seguindo a primeira linha, unidirecionais, há o modelo de déficit, no qual “os cientistas são considerados aqueles que possuem o conhecimento, e o público, aqueles carentes de fatos científicos e tecnológicos. O foco nesse modelo é a disseminação do conhecimento” (COSTA; SOUSA; MAZOCO, 2010, p. 153). Nessa abordagem, que, segundo os autores é a que tende a prevalecer no Brasil, percebemos que há uma hierarquia a ser respeitada. Isto é, de um lado, há o cientista, considerado o detentor do conhecimento, que irá transmitir a mensagem, de preferência com o maior número possível de informações e, do outro lado, há o público em geral, considerados como sujeitos passivos que irão apenas receber a mensagem.

Ainda na linha unidirecional, há também o modelo contextual, que “não considera o receptor totalmente deficitário de informação, mas que processa o conhecimento recebido de acordo com seus aspectos sociais e psicológicos” (COSTA; SOUSA; MAZOCO, 2010, p. 153). Ou seja, nesse modelo, o cientista precisará conhecer bem o seu público, uma vez que entende que a interpretação das informações fornecidas por ele dependerá do contexto social e psicológico do receptor.

Já em uma linha dialógica há o modelo de experiência leiga, “em que os conhecimentos locais podem ocupar a mesma importância do conhecimento científico na resolução de problemas” (COSTA; SOUSA; MAZOCO, 2010, p. 153). Isso quer dizer que o conhecimento científico não é mais o único a ser reconhecido. Abre-se

espaço para que outros tipos de conhecimento, como os específicos de cada local, também sejam considerados.

Outro modelo que segue a linha dialógica é o de participação pública, no qual “o público participa de assuntos e de políticas relacionadas à ciência e à tecnologia nas mesmas condições de cientistas, valorizando o diálogo e as relações entre ciência, tecnologia e sociedade” (COSTA; SOUSA; MAZOCO, 2010, p. 153). Nesse caso, o público torna-se parte importante do processo de construção e de divulgação científica: ele passa de sujeito passivo para sujeito ativo.

Entendemos, a partir dos modelos apresentados, que a popularização da ciência realizada pelos divulgadores, que serão analisados neste trabalho, aproxima-se mais das linhas dialógicas. Isso se deve, em parte, às características do ambiente em que o conteúdo é veiculado, tendo em vista que as redes sociais favorecem para que as informações atinjam um número maior de pessoas e facilitam as interações entre o divulgador e o seu público. Assim como também apresenta relação ao modo como cada um dos divulgadores se apropria das características tecnodiscursivas do Twitter em suas interações.

A par disso, Vogt (2011, p. 7, grifo nosso) defende que o conglomerado dos diferentes tipos de ações voltadas para a divulgação científica faz parte de um tipo de *cultura científica*:

O conjunto de fatores, eventos e ações do homem nos processos sociais voltados para a produção, a difusão, o ensino e a divulgação do conhecimento científico constitui as condições para o desenvolvimento de um tipo particular de cultura, de ampla generalidade no mundo contemporâneo, a que se pode chamar de *cultura científica*.

Assim sendo, compreendemos que o processo de desenvolvimento do conhecimento científico, de acordo com Vogt (2011), é cultural. Ao defender essa ideia, Vogt (2003) postula que existem pelo menos três possíveis percepções ligadas a ela: (i) *cultura da ciência*, que abarca tanto a cultura gerada pela ciência quanto a cultura própria da ciência; (ii) *cultura pela ciência*, que contempla as possibilidades de cultura por meio da ciência e de cultura a favor da ciência; (iii) *cultura para a ciência*, a qual abrange a cultura voltada para a produção de ciência e a cultura voltada para a socialização da ciência.

Para melhor fazer compreender como acontece a dinâmica entre as categorias, Vogt (2003) propõe o que ele denomina de *Espiral da cultura científica*, a qual podemos visualizar na Figura 3:

Figura 3 – Espiral da cultura científica



Fonte: Vogt (2003).

Observamos, a partir da *Espiral da cultura científica*, que, no 1º quadrante, *da produção e da difusão da ciência*, o processo de propagação do conhecimento científico acontece entre os pares, ou seja, entre os cientistas. Em seguida, passa-se para o 2º quadrante, *do ensino da ciência e da formação de cientistas*, que representa o momento em que o conhecimento é partilhado por cientistas e professores com os alunos. Depois, avança-se para o 3º quadrante, *do ensino para a ciência*, onde os destinadores seriam os cientistas, professores, diretores de museus e animadores culturais da ciência, e os destinatários seriam os estudantes e o público jovem. Por fim, chega-se ao 4º e último quadrante, *da divulgação da ciência*, o qual contempla o processo de difusão do conhecimento científico que parte dos jornalistas e dos cientistas em direção à população em geral. Como nosso foco, aqui, é a divulgação da ciência, destacamos que Vogt (2003), em relação ao último quadrante, explicita que há outros atores situados além dos jornalistas e cientistas, como as revistas de

divulgação científica, as páginas e editoriais dos jornais voltados para o tema, os programas de televisão etc.

Desde a migração para a Web 2.0, no entanto, ocorreram diversas alterações no modo como os sujeitos interagem com os serviços on-line. Isso aconteceu, principalmente, em função das mudanças que foram distanciando, cada vez mais, as tecnologias da função de reprodução e as aproximando da noção de produção colaborativa (ROJO; MOURA, 2012). Um exemplo que ilustra bem essa questão são as diferenças, por exemplo, entre o *Word* e o *Google Docs*. Os textos elaborados em processadores de texto como o *Word* só permitem que uma pessoa edite por vez e, se ela quiser compartilhar o texto com alguém, será necessário, por exemplo, enviar o arquivo por e-mail. Com o surgimento do *Google Docs*, todo esse processo de escrita passou a ser on-line e colaborativo, o que permite que mais de uma pessoa possa editar simultaneamente, além de cada colaborador poder acompanhar as intervenções que os outros estão fazendo em tempo real. Para além das mudanças no modo de interação, Rojo e Moura (2012, p. 24-25) também analisam que

[...] a lógica interativo-colaborativa das novas ferramentas dos (multi)letramentos¹⁰ no mínimo dilui e no máximo permite fraturar ou subverter/transgredir as relações de poder preestabelecidas, em especial as relações de controle unidirecional da comunicação e da informação (da produção cultural, portanto) e da propriedade dos 'bens culturais imateriais' (ideias, textos, discursos, imagens, sonoridades).

Assim, compreendemos que a Web 2.0 possibilita e impulsiona a DC para que ultrapasse os modelos unidirecionais de comunicação da ciência e siga numa perspectiva dialógica, colaborativa. Ademais, como as formas de DC encontradas na Web 2.0 podem variar, Porto e Moraes (2009, p. 107, grifo do autor), a fim de sistematizá-las, propõem agrupá-las nas seguintes categorias:

- 1) **Divulgação científica institucional** – encontrada em sites mantidos por instituições de fomento à pesquisa ou por instituições de ensino superior;
- 2) **Divulgação científica independente** (auto-publicação) – esta categoria é encontrada em sites mantidos por profissionais que, com dedicação e financiamento próprios, divulgam conteúdo científico. Trata-se da mudança do pólo de emissão, pois o próprio cientista ou jornalista auto-publicam seus textos, portanto trata-se de mais um dos impactos que a Internet causa na cultura científica;

¹⁰ Rojo e Moura (2012) esclarecem que o conceito de (multi)letramentos está relacionado à noção de composição a partir de diversas linguagens. Por exemplo, um texto (multi)letrado pode ser composto de texto escrito, imagens estáticas, áudios etc.

3) **Divulgação científica revistas e seções de jornais** – este tipo é encontrado em sites de revistas e jornais que possuem editoria dedicada à divulgação de ciência.

Focaremos aqui na *divulgação científica independente* que acontece nas mídias sociais, uma vez que essa vem apresentando um crescimento significativo nos últimos anos e é a forma de popularização adotada pelos divulgadores analisados neste trabalho. Tanto Denise Garrett quanto Otavio Ranzani utilizam-se de suas contas pessoais no ecossistema Twitter para compartilharem informações/materiais de divulgação da ciência produzidos por eles e para repostarem informações/materiais de colegas cientistas e/ou divulgadores.

Segundo Porto e Moraes (2009), os blogs desempenham um papel importante nesse processo de divulgação científica independente. Ademais, os autores argumentam que “quando a divulgação de ciência independente acontece em blogs, há uma multiplicidade de vozes, pois, além do autor, há os leitores que, de alguma forma, interagem seja com seu comentário ou buscando tirar dúvidas acerca do assunto” (PORTO; MORAES, 2009, p. 105). Enfatizamos, no entanto, que os blogs, atualmente, já estão em processo de desuso. Isso porque os avanços da tecnologia digital são muito rápidos, o que acarreta sempre novas formas, novos dispositivos e novas plataformas. Desde o início da pandemia, por exemplo, um ambiente que ganhou destaque em relação à DC foi o da plataforma digital Twitter, uma espécie de microblog. Muitos cientistas, principalmente da área da saúde, começaram a utilizar suas contas pessoais do Twitter para divulgar conhecimentos científicos, tornando-se, assim, divulgadores independentes.

De acordo com dados do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC)¹¹, quando comparado o período de 21 a 28 de março de 2020 e o período de 14 a 21 de março de 2021, ocorreu um aumento, no Brasil, de 50 para 108 influenciadores que se autodeclararam divulgadores científicos e fizeram uso de termos relacionados à pandemia em suas postagens no Twitter. Nesse ecossistema digital, assim como acontecia nos blogs, os usuários leitores podem interagir com o autor da postagem, porém essa interação ganha uma nova dimensão, pois, além de comentar, podem curtir, retuitar ou compartilhar a postagem, ou ainda interagir entre

¹¹ Disponível em: <http://www.labic.net/blog/em-um-ano-rede-de-divulgadores-cientificos-dobra-no-twitter/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

si. Dessa forma, é possível dizer que o Twitter também é um espaço com multiplicidade de vozes.

Príncipe (2013, p. 197-198) também vai ao encontro dessa ideia e afirma que as redes sociais

possibilitam maior interação entre os atores envolvidos no processo – autores, leitores e editores - de maneira rápida, imediata e interativa, apontando para novas práticas de comunicação e informação, ampliando a visibilidade e alcance das pesquisas realizadas e sua disseminação para a comunidade específica e sociedade em geral.

Assim, compreendemos que o uso das redes sociais para divulgação da ciência é um recurso que pode gerar um grande impacto, uma vez que elas facilitam e impulsionam as informações a atingirem um público maior. Além disso, como as redes sociais fazem com que o conteúdo divulgado chegue muito mais rápido à comunidade em geral, isso faz com que essa consiga manter-se atualizada sobre assuntos científicos. Ou seja, as redes são “capazes de estimular novas parcerias, acelerar o intercâmbio de informações ou garantir acesso instantâneo a dados científicos de seu interesse [interesse do público]” (MARQUES, 2012, p. 32). E mais do que manter o público informado, elas permitem que esse possa estabelecer relações de interação com os pesquisadores/divulgadores científicos por intermédio de curtidas, compartilhamentos e mensagens, o que, conseqüentemente, possibilita que a divulgação deixe de ser unidirecional e passe a ser dialogal e colaborativa.

Considerando que nos propomos a analisar os discursos de divulgadores científicos que se utilizam das redes sociais, mais especificamente o Twitter, precisamos adotar uma perspectiva que contemple questões discursivas próprias ao discurso digital. Para isso, no próximo capítulo, apresentaremos subsídios teóricos da Análise do Discurso Digital postulada por Marie-Anne Paveau (2015, 2021).

3 A TEORIA DA ANÁLISE DO DISCURSO DIGITAL: UM OLHAR PARA ALÉM DA DUALIDADE

Em um primeiro momento, realizamos, neste capítulo, uma breve contextualização acerca da Análise do Discurso Digital e explicamos a diferença entre as três ordens linguísticas do digital propostas por Paveau (2015): o digitalizado, o digital e o digital nativo. Após, nos dedicamos a apresentar as seis características presentes em discursos digitais nativos, uma vez que nosso *corpus* se encaixa nessa ordem. Por fim, abordamos o conceito de extimidade proposto por Paveau (2021).

Ao longo dos anos, as tecnologias, em especial a internet, passaram por diversas mudanças. Desde 2004, entramos na chamada Web 2.0, que transformou a internet em um espaço dinâmico, colaborativo e interativo. Conseqüentemente, o modo como os discursos que são elaborados *no* e *com* os recursos do digital também apresentam características diferentes daqueles que são elaborados fora do ambiente digital. Dessa forma, fez-se necessário que novos postulados específicos para esse tipo de discurso fossem desenvolvidos e esse é o propósito da Análise do Discurso Digital.

A ADD – postulada pela linguista Marie-Anne Paveau e fundamentada na noção de simetria cunhada pelo antropólogo, sociólogo e filósofo Bruno Latour (2012) – representa um rompimento com a visão dualista da linguística tradicional, que distingue o linguístico do extralinguístico. Ou seja, de acordo com Paveau (2021), o *linguageiro* (tudo aquilo que diz respeito à linguagem) e o *não languageiro* (tecnológico digital) estão situados em uma relação de paridade, coexistindo em simetria; este é o caso, por exemplo, dos nomes das contas em redes sociais que são compostas de *linguageiro* (nome) e de *tecnológico* (são clicáveis).

Por isso, o objeto de estudo da ADD não diz respeito apenas ao *linguageiro*, mas ao *linguageiro* em conjunto – e numa relação simétrica – com o *tecnológico*. Assim, Paveau (2021, p. 57) define a ADD:

A análise do discurso digital consiste na descrição e análise do funcionamento das produções *linguageiras* nativas da internet, particularmente da web 2.0, em seus ambientes de produção, mobilizando igualmente os recursos *linguageiros* e *não languageiros* dos enunciados elaborados.

Antes de elucidarmos o que seriam *produções linguageiras nativas da internet*, faz-se necessário apontar que Paveau (2015) estabelece, levando em consideração suas singularidades, três ordens linguísticas do digital: o digitalizado¹², o digital¹³ e o digital nativo¹⁴. Abaixo, elucidamos cada uma delas.

Na primeira ordem, o digitalizado, estão situadas as produções impressas que foram digitalizadas na internet ou inseridas em um *software* (PAVEAU, 2015). Um exemplo seria um livro digitalizado, pois, apesar de, dependendo do *software* utilizado, permitir que possamos navegar pelo texto e fazer algumas modificações, ele não apresenta nenhuma característica tecnodiscursiva. Ou seja, o texto digitalizado não apresenta recursos que são característicos em ecossistemas digitais, como o *hyperlink*, que é constituído de matéria linguageira e tecnológica (palavra + ser clicável) e nos direciona a outros materiais on-line.

A segunda ordem, o digital, refere-se às produções desenvolvidas “[...] em um contexto eletrônico off-line, em um computador, em um telefone ou em um tablet”¹⁵ (PAVEAU, 2015, p. 7, tradução nossa). Um exemplo é o livro digital (*e-book*), uma vez que ele possui características de escrita do *software* off-line utilizado para a produção do texto. Ou seja, apesar de o livro poder ser disponibilizado on-line, ele não foi construído *no* e *com* e os recursos de um ecossistema digital on-line.

Quanto à última ordem, a do digital nativo, ela abarca todas as produções que forem concebidas em um contexto on-line e, por consequência, possuem as características específicas do digital on-line (PAVEAU, 2015, 2021). Ou seja, para que uma produção seja considerada digital nativa, ela precisa ter sido, necessariamente, elaborada em um espaço e com as ferramentas do digital. Um exemplo é o tuíte, que é produzido de acordo com as possibilidades que o ecossistema do Twitter oferece para a sua composição. Para elaborar um tuíte, o usuário pode, além do texto com no máximo 280 caracteres, utilizar-se de outros recursos, como imagens estáticas e em movimento, vídeos, *hyperlinks* etc.

Quando falamos em discurso nativo digital, percebemos que há novas características em jogo, que não estavam presentes em discursos pré-digitais e que precisam ser levadas em consideração durante análises de *corpus* digitais nativos.

¹² Em francês: numérisé. Tradução de Maria Eduarda Giering.

¹³ Em francês: numérique. Tradução de Maria Eduarda Giering.

¹⁴ Em francês: numériqué. Tradução de Maria Eduarda Giering.

¹⁵ Em francês: “[...] en contexte électronique hors ligne, sur un ordinateur, un téléphone, une tablette”.

Para ser mais específica, segundo Paveau (2021), há 6 características: composição, deslinearização, ampliação, relacionalidade, investigabilidade e imprevisibilidade.

A primeira delas, a composição, refere-se à característica compósita dos discursos digitais nativos. De acordo com Paveau (2021, p. 119), “um elemento de discurso é compósito quando se constitui por uma mistura entre o linguístico e o técnico”. Isso significa que a língua não deve ser estudada, no digital, sem a presença da máquina, mas como algo que se constitui em conjunto com o digital e que, portanto, se organiza de modo diferente do que em espaços pré-digitais. Um exemplo são as *affordances*, que representam as possibilidades “clicáveis” que os ecossistemas digitais oferecem aos usuários e que possuem como principal papel possibilitar a interação entre o ambiente e o indivíduo. Uma das principais *affordances* é a *hashtag*, que se constitui do símbolo # anteposto a um segmento linguístico. A combinação dos dois recursos gera um componente clicável que, ao ser acionado, remete a um ambiente que agrupa todas as publicações que se utilizaram da *hashtag*.

Com relação à deslinearização, refere-se à característica capaz de possibilitar que um discurso de origem (texto de origem) direcione o (escri)leitor¹⁶, por meio de *links* hipertextuais, para um outro discurso (texto de destino) (PAVEAU, 2021). Esses *links* hipertextuais são considerados elementos tecnolinguageiros e podem ser facilmente identificados em um texto, pois apresentam marcas visuais tipicamente comuns, como a cor e/ou o sublinhado (PAVEAU, 2021). Assim, não existe apenas um caminho para ser seguido durante a leitura do texto de origem, cada (escri)leitor vai fazendo suas próprias escolhas durante a jornada da leitura.

Já a ampliação refere-se às diversas possibilidades que o tecnológico permite em relação ao discurso, isto é, “o computador e os ecossistemas da escrita digital ampliam as capacidades de escrita dos humanos permitindo-lhes realizações que a mão e a caneta não permitem, e abrindo-lhes novas possibilidades de expressão e de comunicação” (PAVEAU, 2021, p. 53). Dois exemplos disso são os comentários digitais e as ferramentas de escrita colaborativa, que remetem à noção de conversacionalidade própria da web. Os comentários são considerados como uma

¹⁶ O conceito de escreitor diz respeito às possibilidades de escolha que o leitor tem, durante a leitura do texto digital, em relação às hiperligações. Ou seja, é o poder de decisão que o leitor tem de clicar no(s) *hyperlink(s)* que está(ão) disponível(is) e, assim, ser direcionado a outro(s) texto(s) alvo(s), tornando-se, então, escritor de um novo texto. (PAVEAU, 2021). Em consequência a isso, ele deixa de ser leitor e passa a ser escreitor.

forma de “prolongar os escritos por adições”; já a escrita colaborativa representa a possibilidade de um texto ser produzido, simultaneamente, por diferentes enunciadores em um mesmo espaço e de modo que se consiga identificar a quem pertence cada parte do enunciado (PAVEAU, 2021, p. 53).

Quanto à relacionalidade, Paveau (2021) esclarece que essa propriedade refere-se aos diferentes níveis de relações que um discurso digital nativo estabelece. Isto é, estes estão em relação com outros tecnodiscursos, por meio da hipertextualidade; com o tecnológico, tendo em vista a natureza compósita dos tecnodiscursos; e com os (escri)leitores, dada a subjetividade do internauta (PAVEAU, 2021). Os tuítes que serão analisados neste trabalho, por exemplo, estão relacionados a outros discursos por meio de *hyperlinks*, que direcionam para o perfil de contas no Twitter ou em outros ecossistemas.

A investigabilidade, por sua vez, refere-se à possibilidade de o discurso digital nativo ser localizado e coletado. De acordo com Paveau (2021, p. 59), “os discursos digitais nativos se inscrevem, no sentido material do termo, num universo que nada esquece e que é percorrido por ferramentas de busca e de redocumentação”. Ou seja, esses discursos são investigáveis e podem ser coletados a fim de serem reutilizados em outras situações e por outros indivíduos.

Por fim, a característica da imprevisibilidade, que se refere à não possibilidade de controle da disseminação e circulação dos discursos digitais nativos, isto é, “a imprevisibilidade dos tecnodiscursos resulta da impossibilidade de o enunciador-escreitor prever a forma, a circulação ou mesmo o conteúdo de suas produções linguageiras on-line” (PAVEAU, 2021, p. 249). Um exemplo bastante ilustrativo de imprevisibilidade, apresentado por Paveau (2021), é a viralização, que ocorre quando algum conteúdo ganha repercussão muito rapidamente e em diferentes ecossistemas da web. É o caso, no ecossistema Twitter, de alguns tuítes que, por algum motivo, ganham repercussão e recebem muitas curtidas, comentários, retuítes e são, também, compartilhados em outras redes sociais.

Além dessas características, Paveau (2021) também discorre sobre outros atributos que precisam ser observados quando se está lidando com um *corpus* digital. Dentre eles, um dos quais nos valem em nossa análise e que apresentaremos a seguir: a extimidade. Por tratar-se de um ecossistema (Twitter) que funciona como uma espécie de diário on-line, os usuários geralmente escrevem em seus tuítes, sobre

assuntos do seu dia a dia, o que faz com que seja extremamente comum encontrar fragmentos da sua intimidade nesse gênero (tuíte). Assim, apresentamos a seguir o conceito de extimidade defendido por Paveau (2021) para os discursos on-line.

3.1 Extimidade

Todo enunciado, seja de modo explícito ou implícito, apresenta marcas que nos permitem elaborar uma imagem de si acerca daquele que o produziu. Uma das marcas a que dedicaremos atenção é a de extimidade abordada por Paveau (2021).

O conceito de extimidade ou *êxtimo* era, inicialmente, utilizado para expressar, em uma perspectiva psicanalítica, a noção de algo externo, isto é, que fosse oposto ao íntimo. Segundo Paveau (2021), é só a partir do psicanalista francês Jacques-Marie Émile Lacan que a extimidade vai aparecer, muito brevemente, sob uma nova perspectiva que a relaciona, paradoxalmente, àquilo que é mais íntimo do sujeito, mas que ao mesmo tempo está no exterior (SEGANFREDO; CHATELARD, 2014).

Mais tarde, o psicanalista e psiquiatra francês Serge Tisseron torna-se o primeiro autor a discutir a extimidade a partir de uma ótica desprovida, totalmente ou quase totalmente, dos traços psicanalíticos que compreendem o *êxtimo* enquanto lugar do inconsciente (PAVEAU, 2021). Consoante Tisseron (2011), a extimidade é o ato de o sujeito apresentar algum fragmento da sua intimidade, mas não apenas como um fim em si mesmo. Na verdade, consoante Tisseron (2011, p. 84, tradução nossa), “a apresentação de si é permanentemente uma maneira de ver no olhar do outro – e, em sentido amplo, em suas reações – uma confirmação de si”¹⁷. Ou seja, a exposição de algo do íntimo do sujeito é realizada com o intuito de obter algum tipo de validação social em relação a si.

Diante disso, Paveau (2021, p. 211) conceitua a extimidade, em um contexto digital, como sendo a “exteriorização da intimidade dos internautas para fins de validação da imagem de si”. Isto é, a extimidade pode ser entendida como aquilo que, do discurso do internauta, revela algum fragmento da sua intimidade com o objetivo de obter alguma validação e/ou benefício pessoal e social.

¹⁷ Em francês: “la présentation de soi est toute la vie une façon de guetter dans le regard d'autrui – et, au sens large, dans ses réactions – une confirmation de soi”.

Apesar de não ser uma tarefa fácil identificar os fragmentos de intimidade, Paveau (2021) estabelece um percurso metodológico para isso a partir das três seguintes esferas: linguística, tecnolinguística e tecnogenérica.

Na esfera linguística, são contemplados os elementos languageiros. Sendo assim, de acordo com Paveau (2021, p. 217), deve-se analisar o sistema pessoal da dêixis (pronomes pessoais, possessivos, desinências verbais de primeira e segunda pessoas), assim como “qualquer forma intencional explícita (diálogo, direcionamento) ou implícita (dialogismo)” desde que seja possível: (i) identificar como o locutor realiza o convite para a participação e como o interlocutor pode responder à validação; (ii) quais são as formas, diretas ou indiretas, de benefícios que o locutor pode obter ao externalizar informações íntimas de si.

Na esfera tecnolinguística, isto é, compósito entre o tecnológico e o linguístico, pode-se analisar: (i) as denominações, isto é, qual o nome utilizado pelo internauta nas diferentes redes; (ii) os avatares, sejam eles representações icônicas fixas ou móveis; (iii) as tags e as *hashtags*, a partir da concepção de que elas externam posições subjetivas dos internautas; (iv) e a validação e o benefício, por meio das quantificações, por exemplo, de curtidas (PAVEAU, 2021).

A última esfera, a tecnogenérica, é destinada a questões vinculadas aos gêneros digitais. Dessa forma, Paveau (2021) sugere que se atente para os seguintes gêneros digitais: (i) blogs e redes sociais, por funcionarem como espaços para exposição de si; (ii) compartilhamentos, como posts, status, retuítes, comentários; (iii) e “web-intimidade”, como vlogs, webcams, cartazes.

Uma discussão secundária, mas não menos importante em relação à intimidade, diz respeito à concepção dualista de vida privada *versus* vida pública. Normalmente, o conceito de vida privada está atrelado a questões de direitos à segurança: “o exercício do direito à privacidade será assegurado mesmo ‘em público’, não sendo mais limitado ao que não é exposto” (CANCELIER, 2017, p. 229). Entretanto, para a perspectiva dos discursos digitais, essa distinção entre privado e público não traz grandes contribuições, uma vez que o objetivo da ADD é justamente romper com visões dualistas. Sendo assim, ao invés de focarmos nos limites entre um e outro, seria possível propor discussões sobre outros aspectos, como, por exemplo, em relação ao modo como essas noções são readequadas em ambientes digitais. Nas redes sociais, por exemplo, quando um usuário, como é o caso dos nossos

divulgadores, utiliza-se de sua conta pessoal para compartilhar/divulgar informações específicas de uma área, os limites entre o público e o pessoal se diluem. Isso ocorre porque, ao mesmo tempo em que o sujeito está partilhando conhecimento, ele também acaba expondo, intencionalmente ou não, fragmentos da sua vida pessoal.

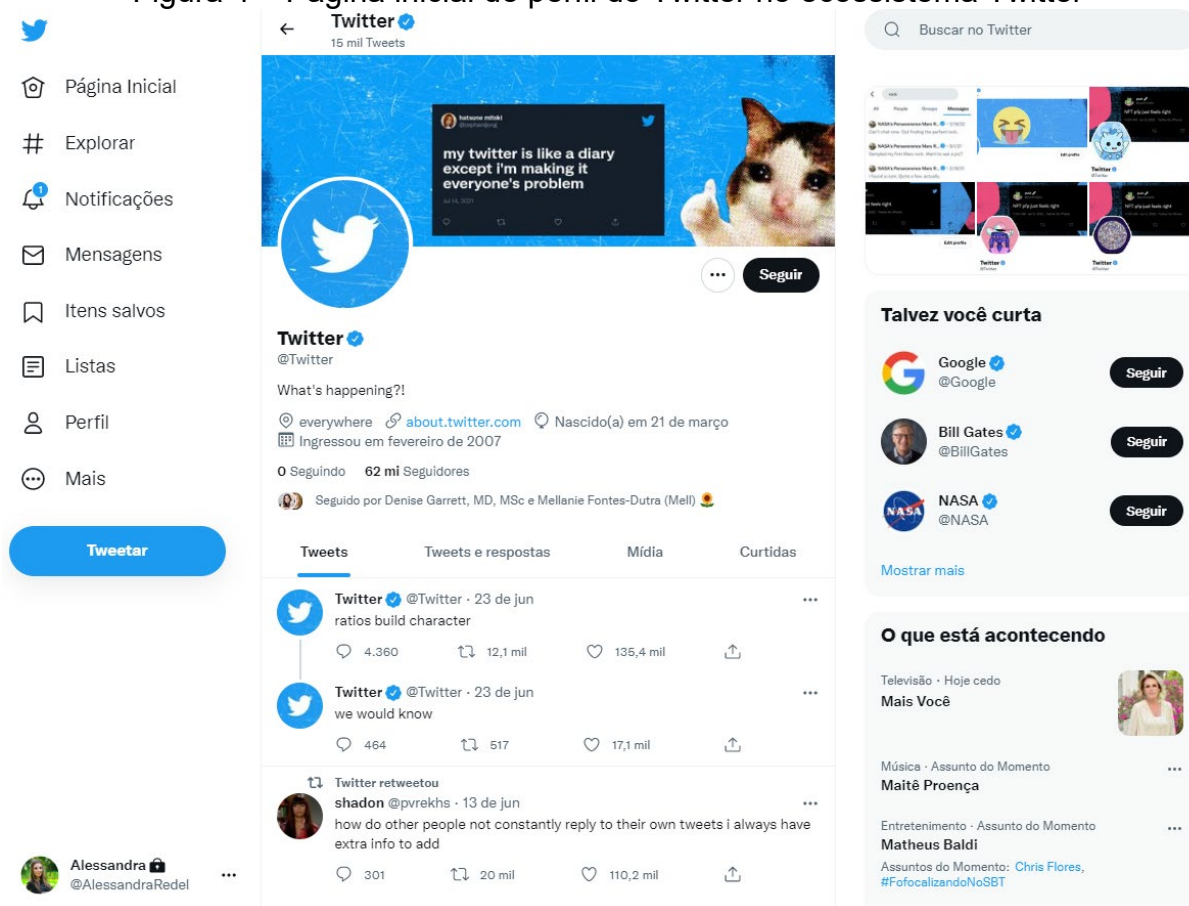
Considerando que os discursos que vamos analisar estão situados na ordem do digital nativo, ou seja, foram construídos *no* e *com* os recursos do Twitter, entendemos ser necessário esclarecer alguns aspectos em relação a esse ecossistema. Assim, na próxima seção, dedicamos atenção ao Twitter e as suas características.

3.2 Ecossistema Twitter

Para melhor compreensão, dividimos esta seção em dois momentos. Inicialmente, apresentamos a plataforma Twitter e elucidamos alguns de seus recursos e limitações. A seguir, em um segundo momento, promovemos discussões acerca do papel do Twitter no combate a disseminação de informações enganosas sobre a covid-19.

O Twitter (Figura 4) surgiu em 2006 e funciona como um microblog, ou seja, trata-se de um espaço que serve como uma forma de diário on-line em que os usuários podem realizar postagens (tuítes). Essas postagens e outras informações poderão, dependendo da escolha do usuário, estar visíveis para todo mundo ou apenas para quem o segue.

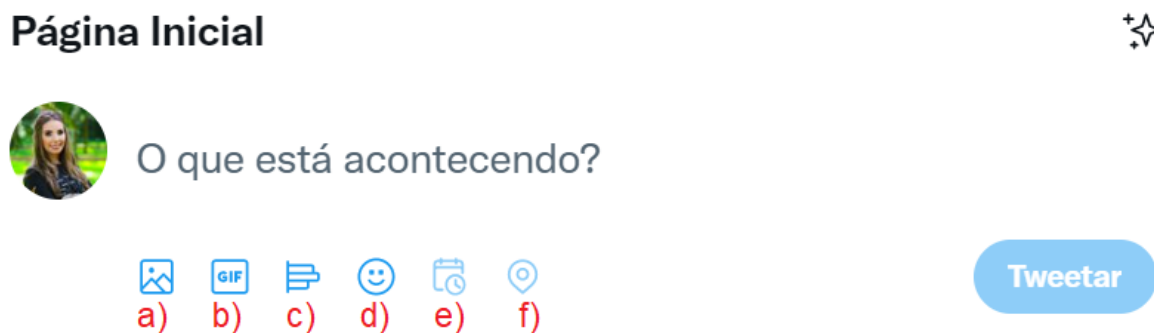
Figura 4 – Página inicial do perfil do Twitter no ecossistema Twitter



Fonte: Perfil do Twitter no ecossistema Twitter (2022).

Para elaborar um tuíte, o usuário dispõe de um limite de até 280 caracteres. Além disso, ele também poderá utilizar-se de *hiperlinks* e de *hashtags*, como também outros recursos, conforme sinalizado, respectivamente, em vermelho na Figura 5, como: a) mídias (vídeos e imagens estáticas e em movimento); b) GIFs; c) enquetes; d) emojis, e) programar postagem; f) adicionar localização.

Figura 5 – Recursos disponíveis para elaboração de um tuíte



Fonte: Perfil da pesquisadora no Twitter (2022).

Como nem sempre os 280 caracteres eram suficientes para que os usuários compartilhassem todas as informações que desejavam, muitos deles começaram a criar estratégias para poder continuar seus textos em outros tuítes, como enumerando-os. Percebendo isso, o Twitter passou por transformações e desenvolveu um novo recurso: a sequência (um fio). Assim, todos os tuítes que fazem parte daquele fio ficam agrupados e o leitor consegue perceber, mais facilmente, que a junção daquela sequência forma um todo. As imagens, abaixo, ilustram como é possível reconhecer quando se está diante de um apenas um tuíte (Figura 6) ou de um fio (Figura 7).

Figura 6 – Tuíte



Fonte: Perfil do Twitter no ecossistema Twitter (2022).

No caso da figura 6, é possível afirmar que se está diante de dois tuítes diferentes, pois não há nenhum elemento visual que indique tratar-se de um fio. Já na Figura 7, é possível observar uma linha que conecta um tuíte ao outro, sinalizando ao público que é um fio.

Figura 7 – Fio (sequência de tuítes)



Fonte: Perfil do Twitter no ecossistema Twitter (2022).

Outro importante fato a ser esclarecido é que algumas contas, no Twitter, possuem o selo azul de verificação¹⁸, conforme destacado em vermelho na Figura 8. Para que uma conta receba esse selo, ela precisa atender a diversos critérios estabelecidos pelo Twitter, que confirmem tratar-se de uma conta autêntica, notável e ativa.

Figura 8 – Selo de verificação do Twitter



Fonte: Perfil do Twitter no ecossistema Twitter (2022).

Sinalizamos que as funcionalidades do Twitter apresentadas, nesta seção, são apenas algumas das muitas outras existentes. Contudo, nos deteremos aqui, pois consideramos que seja o suficiente no contexto desta pesquisa.

Antes de prosseguirmos para a segunda parte, cabe esclarecer que, no dia 27 de outubro de 2022, o Twitter foi comprado pelo empreendedor Elon Musk. Desde então, a plataforma vem passando por alguns ajustes e mudanças; no entanto, como nossa geração de dados foi realizada antes que isso acontecesse, todas as

¹⁸ Destacamos que o selo azul de verificação passou por reformulações após o Twitter ter sido adquirido pelo empreendedor Elon Musk; no entanto, como os dados gerados e a pesquisa foram entregues antes disso acontecer, abordaremos essa funcionalidade de acordo com a versão existente antes das mudanças.

informações apresentadas e analisadas neste trabalho condizem com a versão do Twitter antes do seu processo de venda.

Avançando para o segundo momento desta seção, reforçamos que, durante a pandemia, conforme visto anteriormente, muitas pessoas aderiram às redes sociais em busca de informações referentes ao contexto pandêmico. Nesse sentido, o aumento do movimento na rede de ciência brasileira de 2020 para 2021, no Twitter, apontado pelo relatório emitido pelo *Science Pulse* com o apoio do *Instituto Serrapilheira*¹⁹, pode ser visto como um indicativo do interesse da população em obter informações sobre a pandemia. No entanto, faz-se necessário chamar atenção para o fato de que nem todas as informações disponíveis na plataforma são verdadeiras. Não apenas as informações encontradas nas redes sociais podem não ser verídicas, como, de acordo com Costa, Nóbrega e Maia (2022, p. 3),

as plataformas digitais têm sido indicadas como importantes atores na construção de um cenário favorável à circulação de conteúdos enganosos pela quantidade expressiva de usuários que possuem, por sua facilidade e baixo custo para fabricação de informações, ampla visibilidade e, principalmente, por seu modelo de negócios, que lucra a partir do alto engajamento de publicações, independentemente de serem verdadeiras ou falsas.

Diante disso, é possível inferir que muitas pessoas, ao longo da pandemia, podem ter se deparado ou inclusive compartilhado informações enganosas. Em se tratando de um momento tão delicado em que a desinformação poderia impactar diretamente a vida das pessoas e colocá-las em perigo, entendemos ser importante verificar quais medidas foram adotadas pelo Twitter para evitar a disseminação de informações falsas. Antes disso, contudo, é preciso compreender o que a plataforma considera como informação enganosa em relação à covid-19. De acordo com as diretrizes do Twitter, um conteúdo sobre a pandemia pode ser considerado violatório quando: “promover uma declaração de fato, expressa em termos definitivos; ser comprovadamente falsa ou enganosa, conforme fontes confiáveis e amplamente disponíveis; e possibilidade de afetar a segurança pública ou causar danos graves” (TWITTER, 2022).

¹⁹ Disponível em: https://abori.com.br/wp-content/uploads/2021/09/Relatorio-UM-ANO-DE-DISCUSSO-ES-CIENTIFICAS-NO-TWITTER_-AVALIANDO-O-IMPACTO-DA-DIVULGACAO-CIENTIFICA-NA-PANDEMIA-1.pdf. Acesso em: 18 jan. 2022.

Para evitar esse tipo de conteúdo enganoso em relação à covid-19, o Twitter adotou diferentes medidas, como: inclusão de aviso indicando quando um tuíte possivelmente continha informação enganosa, seguido de um de link com esclarecimentos sobre o assunto; redução da visibilidade de tuíte; remoção de tuíte etc. (COSTA; NÓBREGA; MAIA, 2022). Em outras palavras, conforme Costa, Nóbrega e Maia (2022, p. 25), o Twitter adotou

[...] medidas de combate à desinformação a partir de duas perspectivas principais: a primeira em função da moderação de conteúdos, limitando o alcance e a visibilidade das informações falsas. A segunda está voltada para o fornecimento de informações seguras sobre a doença, através de espaços disponibilizados para divulgação de orientações de organizações como a OMS e de links direcionados a informações confiáveis sobre a pandemia, com estímulo à leitura crítica.

Não é possível, assim, negar que o Twitter elaborou medidas para tentar combater a disseminação de informações enganosas em relação à covid-19. Inclusive, Costa, Nóbrega e Maia (2022) citam e trazem figuras de *prints* com alguns exemplos de tuítes do presidente Jair Bolsonaro que receberam avisos, tiveram restrições de visibilidade ou foram excluídos quando o conteúdo foi considerado, respectivamente, não confirmado, questionável ou enganoso. Em casos de repetidas violações, de acordo com as diretrizes do Twitter, o proprietário da conta deverá sofrer as seguintes consequências: uma transgressão, não sofrerá nenhuma ação; duas ou três transgressões, a conta será bloqueada por 12 horas; quatro transgressões, a conta será bloqueada por sete dias; e cinco ou mais transgressões, a conta será suspensa permanentemente (TWITTER, 2022).

Consoante Costa, Nóbrega e Maia (2022), até 14 de julho de 2020, mais de 4,5 milhões de contas foram notificadas com alertas e avisos e 14.900 tuítes foram removidos em função do seu conteúdo. As medidas de moderação de conteúdos tomadas, nessa época, eram baseadas em sistemas de monitoramento interno, o que, conforme Costa, Nóbrega e Maia (2022, p. 25),

implica em ratificar mais poder às próprias plataformas na construção das narrativas que irão circular na sociedade, minimizando-se que se trata de empresas privadas que possuem seus próprios interesses econômicos e que lucram com a desinformação por meio do alto engajamento de publicações.

Depreendemos, assim, que o fato de limitar o controle da disseminação de conteúdo a processos exclusivamente internos abre margem para que a plataforma,

que é quem detém o poder nessa perspectiva, decida, de acordo com seus interesses, quais informações vão chegar aos seus usuários. Ou seja, não há garantias em relação ao conteúdo publicado ser ou não enganoso.

No Brasil, em 2022, após pressão realizada pelos usuários do Twitter, o recurso de denúncia de publicações contendo informações enganosas relacionadas à covid-19 ou não passou a estar disponível (MEDEIROS; WETERMAN; SANTOS, 2022). Sua inserção após a cobrança dos usuários indica a força de mobilização que os usuários da plataforma possuem, o que vai ao encontro da ideia de *produsuário* concebida por Paveau (2021). Isto é, quando falamos em em digital nativo, o internauta pode ser tanto produtor quanto usuário da comunidade em que está inserido.

Uma vez estabelecido o papel desempenhado pelo ecossistema Twitter no combate à desinformação, esclarecemos que, ao observarmos os fragmentos de exteriorização de si dos divulgadores, também estaremos olhando para propriedades que revelam aspectos relacionados à sua imagem. Entendemos que, para cumprir os objetivos desta pesquisa, é essencial que nos dediquemos a investigar igualmente à noção de *ethos* discursivo. Assim, na próxima seção, dedicamos atenção ao *ethos*, iniciando com uma breve contextualização acerca do surgimento das discussões que o permeiam. Em seguida, são apresentadas as visões de *ethos* discursivo adotadas por Amossy (2005) e por Maingueneau (2001, 2008, 2010, 2014, 2020). Por último, abordamos a noção de extimidade conjugada ao *ethos*.

4 O *ETHOS* DISCURSIVO SOB DIFERENTES ÓTICAS

Neste capítulo, trazemos contribuições teóricas relacionadas ao estudo do *ethos* discursivo. Em um primeiro momento, apresentamos uma breve contextualização acerca dos estudos sobre o *ethos* a partir da perspectiva da Retórica aristotélica (2019). Em um segundo momento, apresentamos algumas discussões referentes aos estudos do *ethos* discursivo. Para isso, nos valem dos postulados de Amossy (2005) e de Maingueneau (2001, 2008, 2010, 2014, 2020).

4.1 O *ethos* aristotélico

Se considerarmos a retórica “como sendo uma atividade pela qual o ser humano tenta, através de seu discurso, levar o ouvinte a crer nas ideias ali defendidas, nos deparamos com uma prática tão antiga quanto difícil de estabelecer o seu início na humanidade” (LIMA, 2011, p. 14). Embora não seja possível identificar o surgimento dessa prática, sabe-se que as discussões acerca da retórica começaram na Antiguidade, sendo o filósofo Aristóteles um dos principais estudiosos dessa área.

Para ele, a retórica, naquela época restrita à oratória, podia ser definida “como a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão. Nenhuma outra arte possui tal função. Toda outra arte pode instruir e persuadir acerca do assunto que lhe é próprio” (ARISTÓTELES, 2019, p. 36). Assim, compreendemos que, para Aristóteles, a retórica deve ser vista enquanto uma arte, ou seja, como “um saber fazer bem feito o que se faz” e que seja único diante de cada situação, exigindo, dessa forma, “conhecimento e criatividade” daquele que se utilizar dessa arte (LIMA, 2011, p. 24-25). Ademais, a retórica aristotélica estava diretamente vinculada à noção de persuasão, a qual Aristóteles (2019) vai dizer que pode ser aplicada em qualquer contexto.

Apesar da sua relação com a persuasão, Aristóteles (2019, p. 35) chama atenção para o fato de que a função da retórica “não é simplesmente atingir a persuasão, mas discernir os meios de persuasão em cada caso”. Ou seja, não se trata apenas dos resultados, mas de identificar os possíveis caminhos para se chegar lá. A partir disso, o filósofo vai estabelecer três meios que podem ser utilizados por quem almeja utilizar-se da persuasão: “o primeiro depende do caráter pessoal do orador; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espírito; e o terceiro, do

próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar” (ARISTÓTELES, 2019, p. 36).

Diante dessas três opções de percurso, o sujeito que fizer uso delas deverá estar atento, procurar perceber todo o contexto da situação comunicativa e ter discernimento para escolher aquela que melhor se adequar ao caso em questão. Cada uma dessas opções, de acordo com Aristóteles (2019), é estruturada a partir de um dos seguintes constituintes: *ethos*, *pathos* e *logos*. De acordo com Aristóteles (2009, p. 36), “o primeiro [ethos] depende do caráter pessoal do orador; o segundo [páthos], de levar o auditório a uma certa disposição de espírito; e o terceiro [lógos], do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar”.

Dessa forma, compreendemos: (i) que o *ethos* (orador) está relacionado à percepção do público em relação ao que foi dito pelo orador, sendo assim esse buscará transmitir credibilidade em seu discurso a fim de convencer aquele de sua autoridade; (ii) que o *páthos* (público) refere-se às emoções provocadas no público, ou seja, o orador busca persuadir aquele por intermédio dos seus sentimentos; (iii) que o *lógos* (linguagem) está atrelado aos argumentos, isto é, os argumentos apresentados pelo orador precisam ter lógica.

Considerando os objetivos deste trabalho, nos deteremos a analisar o *ethos*, o qual, desde a década de 80, passou a ser, também, objeto de estudo da análise do discurso. Dentre alguns nomes de autores que se dedicam a estudar e a pesquisar essa temática na escola francesa, há dois que destacamos neste trabalho: Dominique Maingueneau e Ruth Amossy. Diante disso, discorreremos, nas próximas seções, acerca das contribuições de Amossy e de Maingueneau para as discussões do *ethos* discursivo.

4.2 O *ethos* discursivo em Ruth Amossy

Na perspectiva da análise do discurso, uma das autoras de destaque em relação aos estudos do *ethos* discursivo é a linguista Ruth Amossy. Assim, nos propomos, nesta seção, a apresentar seus postulados acerca dessa temática.

Segundo Amossy (2005, p. 9), “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si”, isto é, a construção de um *ethos*. Entretanto, conforme a autora (2005), esse não se estabelece apenas a partir de elementos explícitos, mas também de aspectos implícitos.

Se o *ethos* é constituído a partir de elementos que estão para além do texto, logo faz-se importante destacar que o locutor não precisa estar necessariamente falando de si, de modo direto, para que sua representação seja construída. (AMOSSY, 2005). Isso porque o modo como o locutor desenvolve o seu enunciado e tudo aquilo que está implícito nele diz sobre si, isto é, “suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa” (AMOSSY, 2005, p. 9).

Vale ressaltar que essa representação de si, conforme Amossy (2005), não é restrita a eventos específicos, ela faz parte do nosso dia a dia nas mais variadas situações, desde as mais corriqueiras e pessoais até as mais formais e atípicas. Assim, entendemos que Amossy (2005) não se afasta do pensamento aristotélico, que defendia que a arte da retórica poderia ser aplicada em qualquer contexto, assim como poder fazer parte de diferentes circunstâncias.

Além das proximidades com a retórica, Amossy (2005) também vai situar seus estudos acerca do *ethos* na área da pragmática e da sociologia dos campos, que apresentaremos em um segundo momento. Em relação à primeira, a autora argumenta que a pragmática contemporânea tem seu interesse voltado para “a eficácia da palavra no interior da troca verbal, não se interessa pelos rituais sociais exteriores à prática languageira, mas pelos dispositivos de enunciação” (AMOSSY, 2005, p. 121). Assim, de acordo com Amossy (2005, p. 122, grifo do autor), o *ethos* é visto enquanto um “fenômeno discursivo que não deve ser confundido com o *status* social do sujeito empírico”.

Diante do exposto, constatamos que a pragmática busca olhar para a mudança depreendida durante a troca verbal, observando como a interação se estabelece e a eficácia do discurso do locutor. Desse modo, conforme Amossy (2005), a construção de uma imagem de si está intimamente relacionada à noção de enunciação postulada pelo linguista francês Émile Benveniste.

Segundo Benveniste (1989) o locutor partilha com o alocutário a sua visão de mundo (referência) e, a partir dela, busca agir sobre este a fim de que ele passe a partilhar do mesmo mundo do locutor. A partir dessa concepção de que o locutor age sobre o alocutário, Amossy (2005) defende que a pragmática, interessada nessa perspectiva, concederá um novo foco à questão da construção da imagem de si, passando da interlocução à interação. Portanto, “a análise do *ethos* discursivo integra-

se, assim, ao estudo da interlocução que leva em conta os participantes, o cenário e o objetivo da troca verbal” (AMOSSY, 2005, p. 122).

Tendo em vista, no entanto, que Amossy propõe-se a desenvolver seus estudos sobre o *ethos* não apenas relacionando-os à retórica e à pragmática, mas também à sociologia de campos²⁰, avançaremos para esta última área. Para os sociólogos, de acordo com Amossy (2005, p. 122), o *ethos* “se inscreve em uma troca simbólica regrada por mecanismos sociais e por posições institucionais exteriores”. Ou seja, diferentemente da pragmática que entende o *ethos* como um fenômeno exclusivamente discursivo, o campo da sociologia o concebe a partir de uma noção que considera os fatores sociais envolvidos na troca. Apoiando-se nessas duas perspectivas, pragmática e sociológica, Amossy (2005) argumenta que elas não devem ser vistas enquanto excludentes, mas como complementares.

Fundamentada na Nova Retórica²¹ de Perelman (1989), Amossy defende que, ao se conceder um espaço de importância ao auditório, isso “acarreta naturalmente a insistência no conjunto de valores, de evidências, de crenças, fora dos quais todo diálogo se revelaria impossível; em outras palavras, conduz a uma *doxa* comum” (AMOSSY, 2005, p. 123). Ou seja, ao levar em consideração a *doxa* (conjunto de crenças, valores) do auditório, o locutor acabará por ajustar seu discurso em função desse, especialmente porque ele entende que é somente por meio de aspectos em comum que conseguirá fazer com que seu interlocutor adira ao seu discurso.

“É preciso ver, entretanto, que, para Perelman, o auditório é sempre uma construção do orador” (AMOSSY, 2005, p. 124). Assim, conforme Amossy (2005), não é a figura concreta do auditório que molda o discurso do enunciador, mas a imagem hipotética que este projeta acerca daquele; além disso, é a partir dessa imagem projetada do auditório que o locutor irá construir a sua própria imagem. Dessa forma, “a *doxa* compreende o saber prévio que o auditório possui sobre o orador”, um saber que não é singular, mas partilhado entre os sujeitos que compõem o auditório (AMOSSY, 2005, p. 124).

²⁰ A noção de campo está atrelada ao sociólogo Pierre Bourdieu e substitui, geralmente, a noção de sociedade. Conforme Bourdieu (2019), todo sujeito ocupa uma posição social e age de acordo com seu *habitus*, isto é, de acordo com a realidade a que o sujeito foi socializado.

²¹ A Nova Retórica, de Perelman (1989), busca analisar as estratégias discursivas adotadas pelo orador a fim de convencer o seu auditório a aderir às suas teses, concedendo importância ao papel do auditório nas escolhas do orador.

Diante disso, Amossy (2005) afirma que a *doxa* está intimamente relacionada à noção de *ethos* pré-discursivo defendida por Maingueneau (2008), a qual será apresentada na seção seguinte. Ademais, quanto à construção da imagem do auditório, Amossy (2005) esclarece que, nesse aspecto, é preciso se afastar dos postulados de Perelman e se aproximar do conceito de estereotipagem. Esta é definida por Amossy (2005, p. 125) como “a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado”. Isto é, a representação que o autor estabelece em relação ao seu auditório aproxima-se da noção de estereótipo, porque essa “permite designar os modos de raciocínio próprios a um grupo e os conteúdos globais do setor da *doxa* na qual ele se situa” (AMOSSY, 2005, p. 126). Sendo assim, ao associar sua representação a determinado grupo e não a outro, o locutor constrói seu discurso levando em consideração a *doxa* compartilhada por aquele grupo, que será diferente da *doxa* compartilhada por outro grupo. Observamos, desse modo, que nenhum discurso é elaborado da mesma forma, será sempre preciso adaptá-lo ao estereótipo do seu destinatário.

4.3 O *ethos* discursivo em Maingueneau

Ainda na perspectiva da análise do discurso, outro autor que dedicou boa parte dos seus estudos à questão do *ethos* é o linguista francês Dominique Maingueneau (2001, 2008, 2010, 2014, 2020).

Situamos as explicações acerca do *ethos* no interior da noção de cena enunciativa postulada por Maingueneau, o qual defende que “um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é *encenada*” (MAINGUENEAU, 2001, p. 85, grifo do autor). É a partir desses rastros que será possível identificar a cena enunciativa que engloba o texto e que nos leva à ideia de um enunciador. Segundo Maingueneau (2001), a cena enunciativa constitui-se a partir de três cenas: cena englobante, cena genérica e cenografia.

A cena englobante, de acordo com o autor, refere-se ao *tipo de discurso* (religioso, político, publicitário etc.), isto é, “qual é a cena englobante na qual é preciso que nos situemos para interpretá-lo [o discurso], [...] em função de qual finalidade ele foi organizado” (MAINGUENEAU, 2004, p. 86). Nesse sentido, depreendemos que a cena englobante corresponde às configurações que envolvem o discurso: a partir de

qual perspectiva é preciso olhar para ele, quais são os objetivos almejados a partir dele. Ou seja, a cena englobante é responsável por conceder um “estatuto pragmático à enunciação” (MAINGUENEAU, 2020, p. 19).

A cena genérica refere-se ao *gênero de discurso* e funciona “como normas que suscitam expectativas” (MAINGUENEAU, 2014, p. 120). Em outras palavras, os discursos são construídos a partir de gêneros de discursos (consulta médica, discurso, propaganda, reuniões de serviço etc.), que, conforme Bakhtin (1997), são “relativamente estáveis”. Sendo assim, todo gênero discursivo suscita expectativas que são determinadas em consonância com as normas estabelecidas pela cena genérica.

Quanto à cenografia, o autor afirma que “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, 2014, p. 122). Com base nisso, concebe-se que, para além da cena genérica, toda enunciação é estruturada a partir de uma cenografia que é singular a ela e que vai sendo constituída gradativamente. Dessa forma, concebe-se que “a cenografia não é, pois, um quadro, um ambiente, como se o discurso ocorresse em um espaço já construído e independente do discurso, mas aquilo que a enunciação instaura progressivamente como seu próprio dispositivo de fala” (MAINGUENEAU, 2008, p. 70).

Uma vez estabelecidas as noções das três cenas de enunciação, Maingueneau (2001, p. 95) esclarece que não é suficiente apresentar “os enunciados como sendo o produto de uma enunciação que implica uma cena”, pois “toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito situado para além texto”. Sendo assim, a partir da análise de um enunciado, é possível identificar propriedades do enunciador que ultrapassam as fronteiras do texto. E é a partir dessas propriedades, implícitas na enunciação, que a personalidade do enunciador será revelada, isto é, o seu *ethos* (MAINGUENEAU, 2001).

De acordo com Maingueneau (2001), todo texto escrito possui um *tom*, o qual confere autoridade ao que é dito. “Esse tom permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador (e não, evidentemente, do corpo do autor efetivo). A leitura faz, então, emergir uma instância subjetiva que desempenha o papel de *fiador* do que é dito” (MAINGUENEAU, 2001, p. 98). Diante disso, compreendemos

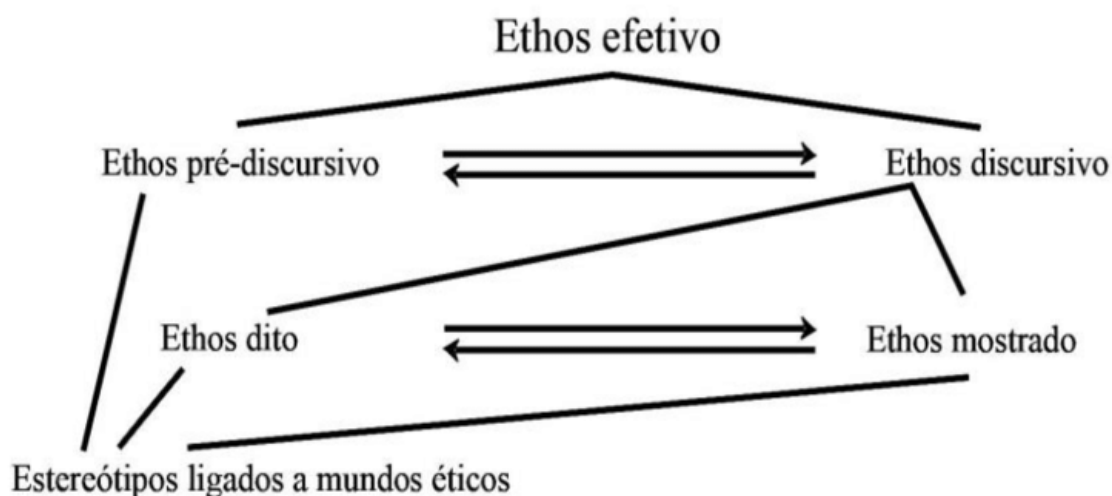
que a representação do *fiador*, a ser construída a partir de indícios textuais, está atrelada à leitura que o interlocutor fará. Essa leitura proporciona, ao *fiador*, um caráter e uma corporalidade, os quais derivam de representações sociais que são valorizadas ou não (MAINGUENEAU, 2001). Sendo que, de acordo com Maingueneau (2008, p. 65), o caráter “corresponde a um feixe de traços psicológicos” e a corporalidade “é associada a uma compleição física e a uma forma de se vestir”.

Entendemos, assim, que “o *ethos* não pré-existe à enunciação, uma vez que é por seu próprio enunciado que o fiador deve legitimar sua maneira de dizer” (MARTINS, 2007, p. 30). Portanto, se a maneira de dizer é legitimada no próprio enunciado, então o conteúdo do enunciado não pode ser separado da cena enunciativa. Além disso, vale destacar que, consoante Maingueneau (2008, p. 66) nem sempre o fiador do texto será explícito; nesses casos, “o texto o ‘mostra’ por sua maneira de dizer”.

Assim, por estar situado para além do texto, o *ethos* visado pelo enunciador nem sempre será compatível com o *ethos* produzido (MAINGUENEAU, 2008). Isso acontece porque tanto o enunciador quanto o interlocutor vão interpretar o discurso a partir de perspectivas diferentes, as quais estão intimamente atreladas às suas percepções de mundo. Desse modo, Maingueneau (2008, p. 71, grifo do autor) afirma que “o *ethos* de um discurso resulta de uma interação de diversos fatores: *ethos* pré-discursivo, *ethos* discursivo (*ethos mostrado*), mas também de fragmentos do texto em que o enunciador evoca sua própria enunciação (*ethos dito*)”.

Portanto, se considerarmos que o *ethos* concebido pelo interlocutor, o *ethos* efetivo, decorre da interação de todos esses fatores, é inevitável conceber que, de fato, podem existir variações entre o *ethos* visado e o *ethos* produzido. Ademais, Maingueneau (2008, p. 71, grifo do autor) argumenta que é difícil estabelecer uma fronteira entre o *ethos* visado e o *ethos* produzido: “a distinção entre *ethos dito* e *ethos mostrado* inscreve-se nos extremos de uma linha contínua, já que é impossível definir uma fronteira nítida entre o ‘dito’ sugerido e o ‘mostrado’”. Abaixo, no Fluxograma 1, podemos observar um esquema que representa todos os fatores envolvidos na construção do *ethos* efetivo. As flechas duplas, de acordo com Maingueneau (2008), são para indicar que há interação entre o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo e entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado.

Fluxograma 1 – A construção do ethos segundo Maingueneau



Fonte: Maingueneau (2008).

Com base nesse fluxograma, é possível concluir que, antes de se chegar no *ethos* efetivo, há todo um trajeto a ser percorrido que envolve diversos fatores, os quais podem provocar mudanças significativas em relação ao *ethos* visado pelo enunciador. Logo, o *ethos* construído pelo interlocutor não necessariamente será o mesmo do locutor.

Para além de todas essas questões abordadas, até aqui acerca do *ethos* discursivo defendido por Maingueneau, o teórico também tem se dedicado a refletir e rever alguns de seus postulados em relação aos estudos sobre o *ethos* em razão das novas tecnologias, especialmente a internet. Assim, na próxima seção, explanamos algumas dessas discussões.

4.3.1 O *ethos* discursivo e a internet

Considerando as mudanças que a internet vem promovendo em relação aos discursos, Maingueneau, em uma de suas obras mais recentes, *Variações sobre o ethos* (2020), mais especificamente na seção *O ethos testado pela internet*, busca refletir e discutir sobre alguns de seus posicionamentos em relação ao *ethos*. Consoante Maingueneau (2020, p. 155),

ao estender para além dos anos 1980 o campo de validade do *ethos* para todas as espécies de corpora, a análise do discurso se vê confrontada com as novas tecnologias da comunicação, especialmente com a internet, cujo funcionamento não resulta do regime tradicional de textos.

Um dos primeiros aspectos abordados por Maingueneau (2020, p. 155) é o de que, na internet, “são a cenografia e o hipergênero que passam a primeiro plano”. Para explicar o conceito de hipergênero, Maingueneau (2010, p. 131) parte da ideia de que “se aceitarmos a concepção de gêneros do discurso como dispositivos de comunicação sócio-históricos”, algumas categorias não poderiam ser consideradas gêneros do discurso, pois apresentam poucas restrições em relação ao modo como se organizam e às variações sócio-históricas que sofrem. Assim sendo, elas deveriam, em realidade, serem concebidas como hipergêneros. No contexto da internet, o linguista cita como exemplos dessas categorias os *e-commerces*, os blogs e os *sites* de notícias etc. A partir disso, as análises de *ethos* construídos em discursos digitais não podem ser empreendidas da mesma forma que acontecia com os discursos pré-digitais, visto que as cenas genéricas tornam-se mais fluídas em contextos digitais e ficam em segundo plano.

Com relação às cenografias, Maingueneau (2020) argumenta que elas também apresentarão aspectos diferenciados em relação às pré-digitais. No contexto da internet, elas deixam de ser, conforme Maingueneau (2020), predominantemente verbais e passam a ser constituídas a partir de duas dimensões: uma verbal e outra digital. O verbal, de acordo com Maingueneau (2020), contempla dois componentes: o iconotextual, que se refere à imagem de um *site* que se fraciona em outras imagens que contemplam a coexistência entre imagem e texto; e o reticular, que está atrelado às noções “interna (o *site* é uma rede de páginas) e externa (o *site* estabelece *links* com o exterior)”, ou seja, todo leitor poderá, dentro de um conjunto possível de atos, optar por quais ações ele irá adotar e em que ordem irá fazer isso (MAINGUENEAU, 2020, p. 156, grifo do autor).

Diante dessas constatações, Maingueneau (2020, p. 157, grifo nosso) defende que “o *ethos* propriamente verbal perde, desse modo, sua importância para um *ethos* global, muito mais fluido, que excede as caracterizações em termos de locutor e de texto individual”. Isso acontece porque nem sempre há apenas uma pessoa responsável pelo que está sendo postado. Em alguns casos, há diferentes indivíduos responsáveis pela criação dos materiais que são divulgados, o que faz com que o *ethos* não seja assim tão estático e uniforme e assumam maior fluidez.

Em outros casos, no entanto, como em relação ao “*ethos* pessoal de um indivíduo portador de um nome próprio; dotado de uma ‘corporalidade’ e de um ‘caráter’, ele pode desempenhar plenamente o papel de um ‘fiador’ para o enunciado” (MAINGUENEAU, 2020, p. 159, grifo nosso). Quando isso acontece, segundo Maingueneau (2020), estamos diante de um *ethos saliente*. Assim, tendo em vista que, nessas situações, o *ethos* é perceptível, é provável que se direcione maior atenção à sua elaboração, o que não acontece em casos em que há um apagamento do *ethos* – como em sites institucionais, por exemplo. Um *ethos* apagado, de acordo com Maingueneau (2020), não quer dizer que ele não exista, apenas que o foco não é a produção do *ethos*, mas as necessidades de quem utilizar aquela plataforma.

Findadas as explicações acerca das reflexões realizadas por Maingueneau (2020) sobre seus postulados quanto ao *ethos* discursivo em razão do surgimento da internet, abordamos, na próxima seção, a relação entre *ethos* e extimidade de que nos valem neste trabalho.

4.4 A extimidade conjugada ao *ethos*

Uma vez apresentadas as noções de *ethos* e de extimidade, consideramos necessário esclarecer de que forma relacionamos os dois conceitos neste estudo. Entendemos que, ao analisarmos a construção da imagem de si dos divulgadores, há diversos elementos que nos ajudam a identificar como ela está sendo constituída. Um desses elementos é a extimidade. Dessa forma, a contemplaremos de modo conjugada à noção de *ethos* discursivo.

Outra questão a ser explicitada é que, conforme já mencionado no capítulo anterior, quando falamos em extimidade, nos deparamos com discussões sobre como as noções entre público e privado se reconfiguram no contexto digital nativo. Um dos grandes responsáveis por essa mudança foi o surgimento das redes sociais, pois, ao longo do tempo, os produtores além de usuários delas, também ocuparam a posição de produtores e transformaram as redes sociais não mais apenas em um espaço para compartilhar informações pessoais sobre suas vidas, mas em um local para partilhar conhecimentos acerca das mais diversas áreas e nos mais variados formatos.

Desse modo, atualmente, é possível encontrar tanto usuários que se restringem a ter contas em algum ecossistema de rede social para fins mais pessoais, como postar coisas sobre as suas vidas e estar em contato com amigos e familiares, quanto

também encontramos usuários que possuem contas para compartilhar conhecimentos e informações. Para aqueles que optam por essa última ação, é comum observarmos normalmente duas estratégias: a primeira é manter duas contas, uma pessoal e outra profissional; a segunda é utilizar uma conta só para as duas funções.

Se levarmos em consideração que, conforme Paveau (2021), as noções de público e privado se diluem no contexto digital, em especial nas redes sociais, perguntamo-nos se aqueles usuários que optam por utilizar duas contas realmente conseguem não expor fragmentos de si. Acreditamos que não, pois ainda que eles tenham o cuidado de tentar não deixar emergir fragmentos de intimidade, se observamos para além do que está explícito, é possível encontrarmos vestígios de sua intimidade. E conseqüentemente, esses aspectos nos ajudam a identificar como o *ethos* deles é construído.

Ao pesquisarmos os nomes de Denise Garrett e Otavio Ranzani no Twitter, só encontramos uma conta no nome de cada um. Assim, partimos do pressuposto que ambos os divulgadores fazem uso de suas contas pessoais para publicarem informações científicas. Isso nos permite, portanto, deduzir que, ao analisarmos o conteúdo dos seus tuítes, observaremos tanto postagens voltadas à divulgação da ciência quanto relativas a aspectos da intimidade de Garrett e de Ranzani.

Em outras palavras, no caso dos divulgadores analisados aqui, como eles utilizam-se das suas contas pessoais para compartilhar informações científicas, os limites entre o pessoal e profissional se diluem e fazem emergir um tipo de *ethos* diferenciado. Consideramos esse fato como algo novo, pois o movimento de divulgação da ciência independente em redes sociais é algo recente. Sendo assim, as análises dos tuítes de Denise Garrett e Otavio Ranzani sob a perspectiva de intimidade conjugada ao *ethos*, nos permitirá constatar como a imagem de si de divulgadores científicos vem sendo construída nesse contexto diverso. Além disso, também será possível observar quais as novas características que podem ser encontradas em discursos de DC que acontecem nas redes sociais.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo, conforme já mencionado na introdução, tem como objetivo geral investigar como acontece a construção da imagem dos divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani no ecossistema Twitter, analisando a presença do discurso de intimidade (fragmentos de intimidade com intuito de validação social) na construção do *ethos*. Para tanto, a análise a ser empreendida segue o método misto concebido por Creswell (2010), ou seja, ampara-se tanto em dados qualitativos quanto quantitativos. A pesquisa é quantitativa em relação à geração de dados e à validação (retuítes, comentários e curtidas) dos tuítes postados pelos divulgadores. E a pesquisa é qualitativa em relação à seleção e à análise dos tuítes, sendo fundamentada nos postulados de Paveau (2015, 2021), Maingueneau (2001, 2008, 2014, 2020) e Amossy (2005).

A escolha pelo ecossistema Twitter justifica-se por: (i) ser uma rede social em crescimento nos últimos anos, especialmente durante a pandemia; (ii) diversos cientistas utilizarem-se das suas contas pessoais no Twitter para divulgar ciência, o que faz com seja possível observar aspectos que indicam como eles constroem suas imagens, seu *ethos* discursivo; (iii) trata-se de uma rede social em que é possível observar a presença expressiva de discursos de intimidade, ou seja, discursos que apresentam fragmentos da intimidade do usuário com o propósito de obter validação pessoal e social (PAVEAU, 2021).

Já quanto aos divulgadores, optamos, conforme já mencionado na introdução, por analisar os perfis de Denise Garrett e Otavio Ranzani por: (i) integrarem o *Ranking por medida de influência: pesquisadores e instituições brasileiras*, realizado pela *Science Pulse* e o *IBPAD*; (ii) terem sido contemplados no *ranking* segundo o mesmo critério: autoridade; (iii) serem cientistas; (iv) atuarem na mesma especialidade médica: epidemiologia; (v) serem especialistas renomados na área médica em que atuam, especialmente em relação às questões da covid-19. Consideramos que esse seja um diferencial relevante para o estudo da imagem de si que ambos constroem como divulgadores científicos na plataforma Twitter.

A seguir, apresentamos brevemente cada um dos divulgadores, abordando informações que constam em suas biografias (bios) do Twitter. Em um primeiro

momento, dedicamos atenção ao perfil de Garrett (Figura 9) e, em seguida, avançamos para o perfil de Ranzani (Figura 10).

Figura 9 – Perfil de Denise Garrett no Twitter



Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Denise Garrett, em seu perfil no Twitter (Figura 9), na data de 01/08/2021, apresenta-se enquanto *medical epidemiologist* (médica epidemiologista), *scientist* (cientista), *global health advocate* (defensora da saúde global), *former @CDCgov* (ex-integrante do *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC))²² – uma agência do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos – e *current @Sabin Vaccine vice-president* (atual vice-presidente do *Sabin Vaccine Institute*) – uma organização sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento, a disponibilidade e o uso de vacinas globais. Além disso, ao final de sua apresentação, Garrett afirma *but tweets are my own*, ou seja, que os tuítes são seus, indicando que, apesar da autoridade médica que a descreve em sua apresentação, vai tuitar como Denise Garrett, ou seja, presumimos, expondo sua individualidade.

²² Em português: Centros de Controle e Prevenção de Doenças.

Figura 10 – Perfil de Otavio Ranzani no Twitter



Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

Já Otavio Ranzani (Figura 10) apresenta-se, em seu perfil no Twitter, em 01/08/2021, enquanto *intensivist* (intensivista) e *epidemiologist* (epidemiologista). Além disso, ele faz menção às instituições *Universidade de São Paulo (USP)* e *Barcelona Institute for Global Health (ISGlobal)*²³ – o que indica seu vínculo com essas duas entidades – e lista alguns tópicos que provavelmente estão relacionados às suas áreas de interesse/pesquisa: *global health* (saúde global), *tuberculosis* (tuberculose), *critical care* (cuidados intensivos), *pneumonia* (pneumonia), *environment* (meio ambiente) e *methods* (métodos). Ele também utiliza a *hashtag* #DecolonizeGH, que é empregada em discursos que defendem a descolonização da saúde global²⁴. Por fim, Ranzani finaliza sua apresentação afirmando *my views* (minhas opiniões), assinalando que é possível encontrar, em seu perfil, informações que indicam seu ponto de vista.

As apresentações realizadas pelos divulgadores em sua biografia (bio) e as informações compartilhadas nos 82 tuítes postados por Garrett e 42 tuítes postados por Ranzani, no Twitter, durante o período de 01/08/2021 a 31/08/2021, apontam para

²³ Em português: Instituto de Saúde Global de Barcelona.

²⁴ O *Deconolize global health* ou *Decolonizing global health* é um movimento pós-colonial que defende o término de qualquer forma de supremacia, a fim de que a saúde seja vista como uma questão central e um direito humano fundamental; ou seja, é um movimento que luta por equidade e justiça em todos os âmbitos da área saúde (KWETE *et al.*, 2022).

diferentes imagens de si. Consideramos que cinco tuítes de Garrett e quatro tuítes de Ranzani seria um número suficiente de exemplares para mostrar as semelhanças e as diferenças na construção da imagem de si dos dois divulgadores. Optamos por analisar tuítes voltados à questão da pandemia, no entanto esclarecemos que os divulgadores também postam sobre outros temas, como assuntos das suas vidas pessoais, questões políticas, entre outros. Eventualmente, realizaremos análises de tuítes que não estejam ligados à epidemiologia, se considerarmos que seu conteúdo possa de alguma forma interferir na construção da imagem de si dos divulgadores.

Compreendemos que as considerações a que chegaremos, a partir das análises, representam um recorte de 30 dias do todo acerca da construção da imagem de ambos. No entanto, é preciso realizar delimitações para o momento da geração de dados, especialmente no contexto da Web 2.0 em que há um número extraordinariamente grande de enunciados disponíveis. Sendo assim, estipulamos o período de geração de dados em um mês, pois, além da questão do tempo, consideramos que com esse intervalo conseguiríamos obter dados suficientes para nossa análise.

A partir dos dados gerados, observaremos elementos que evidenciam a imagem de si de Garrett e de Ranzani a fim de constatar como seu *ethos* foi construído. Além disso, como os tuítes estão sendo divulgados em suas contas pessoais e por serem produzidos em uma plataforma em que é possível observar um número consideravelmente significativo de discursos que contém fragmentos de intimidade, esse é um dos aspectos que será levado em conta ao analisarmos a forma como o *ethos* dos divulgadores foi constituído.

Por se tratar de um corpus digital, conforme Paveau (2016), é importante que o pesquisador se faça presente durante o momento de captura de telas, como um usuário da rede que está sendo analisada:

Os textos digitais apresentam [...] características específicas de seus modos de produção, os quais não permitem observação externa, mas exigem um conhecimento dos dispositivos de escrita e das culturas digitais, bem como das competências sobre os usos e as práticas escriturais: corpora digitais não são, de fato, corpus entre outros, mas sim territórios que necessitam a presença, como usuário, do pesquisador²⁵ (PAVEAU, 2016, p. 14, tradução nossa).

²⁵ Em francês: “Les textes numériques présentent [...] des traits spécifiques à leurs modes de production qui ne laissent pas observer de l’extérieur, mais requièrent une connaissance des dispositifs d’écriture et des cultures numériques, ainsi que des compétences dans les usages et

Assim, para a realização das capturas de tela, foi utilizada a conta pessoal do Twitter da pesquisadora deste estudo. Todos os registros foram feitos por meio de capturas realizadas com um computador. Ademais, esclarecemos que, como os divulgadores Denise Garrett e Otavio Ranzani são pessoas públicas e possuem contas abertas no Twitter, utilizamos seus nomes reais nesta pesquisa e não os ocultamos nas capturas de tela.

Ao todo foram feitas 128 capturas, sendo 82 de tuítes de Denise Garrett e 42 de tuítes de Otavio Ranzani. Constatamos, pelos números expostos, que estamos diante de um corpus bastante extenso, o que, inclusive, tem sido uma das dificuldades enfrentadas por pesquisadores que se propõem a analisar corpora constituídas de discursos digitais nativos: a quantidade de discursos. O número abundante de enunciados tem exigido que os pesquisadores, mais uma vez, façam-se presentes e estabeleçam critérios que delimitem seus dados em um número passível de análise. Estabelecer categorias de análise seria uma das formas possíveis de reduzir o corpus a um número viável; no entanto, optamos por observar as 128 capturas de tela e apresentar, neste estudo, aquelas que consideramos melhor explicitar as questões a que nos propomos verificar em nossos objetivos.

Além da questão da quantidade de enunciados, outra dificuldade que enfrentamos diz respeito à instabilidade. Ao analisarmos discursos digitais nativos, defrontamo-nos com observáveis que não são fixos, pois a internet, principalmente a partir da Web 2.0, mudou o modo como os discursos são constituídos e como eles circulam. Por exemplo, um tuíte pode ser “apagado” da conta de quem o postou tanto pelo seu autor quanto pelo ecossistema em que ele está situado, assim como, a cada momento em que observarmos o tuíte, ele poderá apresentar diferentes números de curtidas, comentários e retuítes. Cientes dessas e outras instabilidades, estabelecemos alguns critérios para o período de geração de dados: (i) considerando que há diferenças entre as versões do Twitter para computador e para celular, optamos por gerar todas as capturas de tela por intermédio de um mesmo aparelho: um computador; (ii) os dados foram gerados em um período de trinta dias, a contar do dia 01/08/2021; (iii) as capturas de tela foram realizadas no dia seguinte as suas

pratiques scripturales: les corpus numériques ne sont pas en effet des corpus parmi d'autres, mais plutôt des terrains, qui nécessitent la présence utilisatrice du chercheur.”

postagens, ou seja, as capturas do dia 01/08/2021, por exemplo, foram realizadas no dia 02/08/2021.

Além das capturas de tela dos tuítes dos divulgadores, também foram realizadas capturas das suas *bios* (biografias) no Twitter, duas nos dias 01/08/2021 e duas 01/09/2021. O intuito foi observar se Garrett e Ranzani realizaram alguma mudança em suas descrições nas *bios*, alteraram suas fotos de capa ou perfil e acompanhar se ocorreu aumento ou diminuição dos 57,1 mil seguidores de Garrett e 37,8 mil seguidores de Ranzani após os trinta dias de geração de dados.

Uma vez realizadas as capturas, os tuítes foram analisados em relação às noções de *ethos* e de extimidade a partir de uma perspectiva conjugada, que considera a extimidade como sendo um dos aspectos responsáveis por fornecer indícios sobre a construção da imagem de si. Além disso, levaremos em conta os postulados de Paveau (2021) em relação à característica compósita dos discursos digitais nativos.

Com relação ao *ethos*, serão observadas marcas linguísticas enunciativas – tais como tempos verbais e operadores argumentativos²⁶ – referentes ao *tom* do enunciador, a fim de identificar o caráter e a corporalidade do fiador. Já em relação à extimidade, seguiremos o percurso metodológico defendido por Paveau (2021), que foi apresentado no capítulo 3, contemplando os seguintes elementos:

1) linguísticos: o sistema pessoal da dêixis; como o locutor realiza o convite para a participação; quais são as formas, diretas ou indiretas, de benefícios que o locutor pode obter ao externalizar informações íntimas de si.

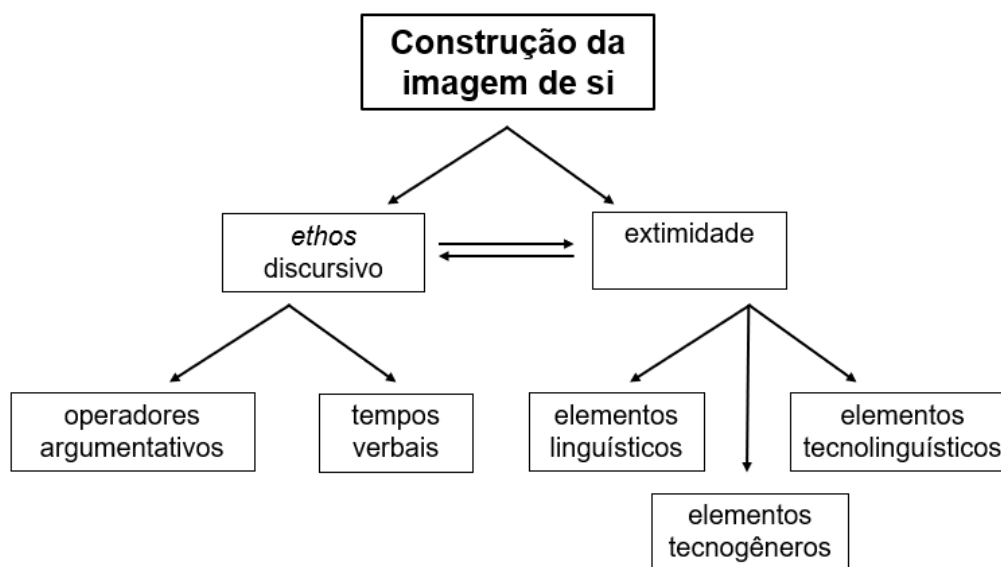
2) tecnolinguísticos: denominação; avatar; tags e *hashtags*; validação e benefício.

3) tecnogêneros: 82 de tuítes de Denise Garrett e 42 de tuítes de Otavio Ranzani.

Com o intuito de melhor elucidar as etapas de análise mencionadas acima, desenvolvemos um fluxograma que pode ser visualizado na Figura 2:

²⁶ Os operadores argumentativos serão analisados a partir dos postulados de Koch e Elias na obra *Escrever e argumentar* (2016).

Figura 11 – Construção da imagem de si a partir da perspectiva de extimidade conjugada ao *ethos* discursivo



Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Ademais, destacamos que, apesar de Paveau (2021) mencionar o gênero digital comentário como sendo um dos possíveis caminhos para analisar-se a questão da extimidade, nós não nos atentaremos a ele. Isso porque nosso objetivo é olhar para a construção da imagem de si dos divulgadores e, considerando que a pesquisa possui um tempo limite para ser desenvolvida, não seria viável analisarmos materiais referentes a dois gêneros distintos. Sendo assim, optamos por verificar apenas os tuítes.

Esclarecidas as questões referentes aos procedimentos metodológicos, avançamos, no próximo capítulo, para a etapa de análise do *corpus*. Nessa etapa, serão examinadas, primeiro, as biografias (bios) de Denise Garrett e Otavio Ranzani no Twitter e, a seguir, cinco capturas de tela de tuítes de Garrett e quatro capturas de tela de tuítes de Ranzani.

6 ANÁLISE DO CORPUS

Neste capítulo, são executados os procedimentos metodológicos descritos no capítulo anterior. Para a análise dos tuítes, apresentamos, inicialmente, as capturas de tela obtidas e, ao longo das reflexões, realizamos as transcrições das capturas de telas, a fim de facilitar a leitura dos textos. Ademais, sinalizamos que os tuítes foram organizados cronologicamente.

6.1 Perfil 1: Denise Garrett

Durante a geração de dados, optamos por realizar capturas de tela (Figuras 12 e 13) da biografia (bio) de Denise Garrett tanto no primeiro dia (01/08/2021) quanto no último dia (31/08/2021), a fim de observarmos possíveis mudanças durante esse período. Ao longo dos 30 dias, não ocorreram mudanças em relação ao seu avatar, ao seu nome e às informações fornecidas por ela na descrição. Com relação ao avatar e ao nome, é possível afirmar que, como Garrett utiliza-se de uma foto pessoal sua e o seu nome real, ela não está postando enquanto um pseudônimo, mas a partir de sua conta pessoal. Um fato a ser destacado é o selo azul de verificação ao lado do nome da divulgadora, que confere maior credibilidade e autoridade à sua conta. Outro aspecto que corrobora para a construção de uma imagem de autoridade é a menção, por meio de *hyperlinks*, das instituições a que ela está vinculada.

Figura 12 – Bio de Denise Garrett no Twitter, no dia 01/08/2021



Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Se observarmos as Figuras 12 (acima) e 13 (abaixo), percebemos que o avatar da divulgadora permaneceu o mesmo, ou seja, ela está sendo retratada numa foto informal que mostra seu rosto, seu cabelo e parte da sua blusa. Observamos que ela está maquiada, o cabelo aparenta estar arrumado e ela usa uma blusa colorida de manga longa, além disso Garrett apresenta um sorriso discreto de lábios fechados. Já em relação ao *banner* (imagem de plano de fundo), percebemos que ocorreram mudanças. Na Figura 12, há a imagem de uma vela com a mensagem “meio milhão de mortes”, que, ao mesmo tempo, sinaliza o número de vítimas da covid-19 naquele momento e presta uma homenagem a elas. Já na Figura 13, observamos a imagem de uma mão escrevendo repetidamente a frase “use máscara” em um quadro de giz e, no canto superior direito, a figura de uma máscara. Nesse caso, a imagem é uma incitação para que seu público utilize máscara, uma das principais formas de proteção ao vírus. Por fim, outra mudança perceptível é quanto ao número de seguidores. No início da geração dos dados, Garrett contava com 57,1 mil seguidores e, no final, esse número cresceu para 59,7 mil seguidores. O aumento pode ser considerado um elemento de validação da imagem de si de Garrett enquanto divulgadora científica, pois indica que cada vez mais usuários passaram a se interessar por seu conteúdo.

Conseqüentemente, isso também indica que suas postagens atingiram mais indivíduos.

Figura 13 – Bio de Denise Garrett no Twitter, no dia 31/08/2021



Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Finalizada a análise da bio de Garrett, avançamos, na próxima seção, para a análise de seus tuítes.

6.1.1 Sequência de tuítes de Denise Garrett (parte 1 e parte 2) no dia 9 de agosto de 2021

Dedicaremos atenção, nesta etapa, a cinco tuítes publicados por Denise Garrett durante o período de 01/08/2021 a 31/08/2021. A sequência de tuíte analisada, a seguir, foi publicada por Denise Garrett, como mostram as Figuras 14 e 15, no dia 9 de agosto de 2021.

Figura 14 – Sequência de tuítes no perfil de Denise Garrett (parte 1)



Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Na Figura 14, é possível observar, a partir da sentença “emergindo das minhas férias somente para fazer um alerta fundamental”, que a enunciadora se introduz no discurso por intermédio do pronome possessivo “minha”, que demonstra uma mobilização do sistema da dêixis por parte da autora, ou seja, de acordo com Paveau (2021), estamos diante de um aspecto que aponta para um elemento de intimidade. A sua instauração acontece enquanto uma pessoa que, embora estivesse de férias, não deixou de acompanhar as informações relacionadas à pandemia. Mais do que apenas acompanhar, separou um tempo para fazer um alerta aos seus seguidores sobre as informações obtidas e ressaltar que não há nada que indique que o mesmo que estava acontecendo nos EUA, aumento de casos de pessoas com covid-19, não poderia vir a ocorrer no Brasil. Isso nos indica que ela está comprometida em manter seus seguidores atualizados e atentos.

Ao mesmo tempo, entretanto, ela utiliza o advérbio “somente”, que, segundo Koch e Elias (2016), marca o pressuposto de exclusividade, isto é, indica que Garrett saiu das suas férias – um período em que ela poderia ter optado por apenas descansar e não divulgar conteúdo para seus seguidores – para realizar o tuíte de alerta, o que aponta para a relevância do tema e da ação. Diante disso, é possível afirmar que – segundo a concepção de *tom* de Maingueneau (2001) – se estabelece um *tom* de alerta em relação ao que pode acontecer no Brasil, que transmite uma imagem de autoridade da divulgadora, uma vez que ela está se colocando no lugar de alguém

que deve chamar a atenção dos seus seguidores para a questão. Também se verifica um *tom* de conciliação entre sua vida profissional e pessoal, revelando a imagem de Garrett de forma humanizada. Isto é, que além de cientista/divulgadora, ela também tem uma vida fora do seu trabalho e que assim como qualquer outro indivíduo que trabalha, também tem direito a uma pausa, a férias.

Além disso, por meio do verbo “proteger” conjugado no imperativo afirmativo (“proteja-se”), Garrett incita seus seguidores a fazerem algo diante do aumento dos números de casos de indivíduos contaminados com a covid-19: proteja-se você. Um pedido que os destinatários podem validar por meio de comentários, retuítes, curtidas e compartilhamentos. Cabe lembrar que não nos atentaremos aos comentários. Assim sendo, observa-se que o tuíte recebeu 462 retuítes, 41 comentários e 2.457 curtidas, o que nos indica uma validação, por meio de quantificação, do conteúdo postado por Garrett no tuíte e, possivelmente, à sua incitação ao fazer.

Ao final do tuíte, Garrett sinaliza com o símbolo “+” que seu texto continua em outro tuíte (Figura 15), ou seja, estamos diante de um fio (sequência de tuítes). Tendo isso em vista, analisaremos os dois tuítes da sequência de Garrett um em seguida do outro, a fim de que se mantenha uma linearidade e se conserve a estrutura original.

Figura 15 – Sequência de tuítes no perfil de Denise Garrett (parte 2)

The image shows a screenshot of a Twitter thread. On the left is the Twitter navigation menu. The main content is a tweet by Denise Garrett (@dogarrett) from August 9, 2021. The tweet is a reply to another tweet and contains a public health message. The message is displayed on a blue and orange background with white text. The text reads: "Vaccine-se", "Use máscara (N95/PFF2)", "Não aglomere", and "Ambientes abertos/ventilados". The tweet has 140 retweets, 10 replies, and 884 likes. The right sidebar shows "Pessoas relevantes" with Denise Garrett listed as "Seguindo", and "O que está acontecendo" with various trending topics.

Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

No tuíte anterior (Figura 14), Garrett orienta seus leitores a protegerem-se e, após, indica que seu discurso não havia se encerrado, que continuava. Assim, este tuíte (Figura 15) é uma continuação do anterior. E, como já mencionado, estamos diante de um fio. Logo de início, Garrett, de acordo com os postulados de Paveau (2021), já se utiliza do sistema de dêixis por meio do pronome possessivo “minha”, indicando que haverá uma exteriorização de um fragmento de intimidade. A seguir, identificamos que ela faz uso desse pronome para designar quais medidas de proteção ela tem adotado: vacinação e uso de máscara N95/PPF2 a fim de não compartilhar o ar com ninguém. Ao mencionar a questão da vacina, Garrett utiliza-se, de acordo com a noção de Koch e Elias (2016), de uma modalização epistêmica asseverativa afirmativa (“Lógico!”), que indica, de modo enfático, que ela considera verdadeira/certa a importância da vacina para a sua proteção individual. Isso marca muito bem o seu posicionamento alinhado à ciência e contra qualquer tipo de opinião antivacina.

Ao abordar a questão do ar, salientamos que a divulgadora escreveu o enunciado “NÃO COMPARTILHO AR COM NINGUÉM” em caixa alta, o que, na internet, é entendido como uma forma de aproximação da linguagem oral, pois significa que o trecho em questão deve ser lido como se o locutor o estivesse “gritando”. Assim, podemos considerar que, ao utilizar-se do recurso de caixa alta, a divulgadora está chamando atenção para a questão de não dividir o ar com outras pessoas, já que uma das principais formas de se contrair o vírus é justamente pelo ar: “COVID está no ar”. Em outras palavras, ela está sinalizando que uma das principais formas de contágio da covid-19 é pelo ar, pois argumentativamente a exposição desse fato funciona como uma justificativa para ela usar máscara e, assim, não compartilhar ar com ninguém. Além disso, destacamos o fato de ela se colocar como uma figura de exemplo a ser seguido, uma vez que ela está seguindo as recomendações científicas.

Ainda sobre o uso de máscara, Garrett afirma “estou sempre com uma N95/PPF2”, que, segundo especialistas, são as máscaras mais eficazes na proteção contra a covid-19. O uso do verbo “estar” conjugado na primeira pessoa do singular, conforme Paveau (2021), do presente é mais um caso de uso do sistema de dêixis e marca o seu próprio fazer. Depreendemos, então, que ao mencionar usar máscara e

mais especificamente máscaras que fossem N95/PFF2, ela tanto se coloca como um exemplo a ser seguido quanto reafirma seu posicionamento alinhado à ciência.

Em um segundo momento, após explicitar de que forma ela tem agido em prol de sua proteção individual, Garrett apropria-se de outro recurso possibilitado pela plataforma Twitter: inserção de um cartaz. Ela faz o uso de uma imagem estática, que orienta sobre medidas a serem seguidas a fim de evitar o aumento de casos de covid-19. São elas: “vacine-se”, “use máscara (N95/PFF2)”, “não aglomere” e “ambientes abertos/ventilados”. Percebemos que as orientações são construídas no tempo verbal imperativo afirmativo, o que nos permite compreender tratar-se de uma incitação ao fazer, ou seja, ela incentiva/instiga o leitor a adotar as medidas. Ademais, no canto direito, na vertical da imagem, é possível visualizar o seu nome de usuário no Twitter (@dogarrett), o que nos indica que, ao colocar sua “assinatura” na imagem, ela está prevendo as utilizações que podem ser feitas com seu cartaz após postado. Ou seja, ela premedita que ele poderá ser printado e retuitado e que, assim, quem observar seu cartaz em outros espaços que não o da sua conta poderá identificar sua origem e, caso tenha interesse em obter mais informações, acessar sua conta.

Diante dos aspectos levantados sobre a Figura 6, consideramos que se estabelece um *tom* didático. Na primeira parte, a verbal discursiva, identificamos que a divulgadora parte de uma explicitação, baseada em seus conhecimentos científicos adquiridos ao longo de sua carreira profissional, acerca dos cuidados que ela adotou para explicar o porquê se deve utilizar máscaras e evitar lugares sem ventilação: “o covid está no ar”. Além de ter usado um exemplo pessoal para elucidar uma informação e para marcar seu posicionamento em relação à ciência, entendemos que ela também o faz por uma terceira razão: reforçar seu *ethos* de autoridade enquanto divulgadora científica para realizar as orientações presentes na imagem estática. Em outras palavras, para além da sua autoridade enquanto cientista, ela também demonstra seguir as instruções científicas. Percebemos isso pelo uso do pronome pessoal “eu” e do verbo “seguir” conjugado na primeira pessoa do singular “sigo”. Assim, sua autoridade não se deve apenas ao fato de ser cientista, mas de ser cientista e seguir as recomendações (regra básica) científicas.

A validação dessa dupla autoridade é percebida, quantitativamente, pelos 140 retuítes, 10 comentários e 884 curtidas na Figura 15. Vale destacar que a diferença entre os números da Figura 14 em relação à Figura 15 pode estar relacionada ao fato

de tratar-se de uma sequência de tuítes (fio). Geralmente, em um fio é comum que os interlocutores deixem seus comentários e curtidas principalmente no primeiro tuíte (Figura 14).

6.1.2 Tuíte de Denise Garrett do dia 23 de agosto de 2021

A seguir, analisamos a postagem da Figura 16, que corresponde a um tuíte postado por Denise Garrett no dia 23 de agosto de 2021.

Figura 16 – Tuíte de Denise Garrett no dia 23 de agosto de 2021

The image shows a screenshot of a Twitter post. On the left is a navigation menu with options like 'Página Inicial', 'Explorar', 'Notificações', 'Mensagens', 'Itens salvos', 'Listas', 'Perfil', and 'Mais'. The main content is a tweet from Denise Garrett, MD, MSc (@dogarrett) posted on August 23, 2021 at 7:18 PM. The tweet text is in Portuguese and discusses the FDA's approval of the Pfizer COVID-19 vaccine. Below the text is a photograph of a person in a lab coat and mask holding a syringe. Underneath the photo is a news snippet from NBC News with the headline 'FDA grants full approval to Pfizer's Covid vaccine'. To the right of the tweet is a sidebar with 'Pessoas relevantes' (Denise Garrett and U.S. FDA) and 'O que está acontecendo' (trending topics like 'Morte Charlie Watts' and '#OUniformeDoBrasil'). At the bottom, there are interaction buttons for replies, retweets, likes, and a 'Responder' button.

Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Ao observarmos a Figura 16, identificamos que Garrett está compartilhando com seu público uma notícia referente à aprovação total da vacina contra covid-19 desenvolvida pela empresa farmacêutica Pfizer. Conseguimos perceber isso pois, logo após o texto verbal discursivo, presente no início, visualizamos uma caixa clicável que contém uma imagem seguida do título e do subtítulo de uma notícia em inglês. Essa é uma das possibilidades de recursos que a plataforma Twitter oferece aos seus

usuários: compartilhar um *link*. Caso o escritor, conforme Paveau (2021), decida clicar em qualquer lugar da caixa, ele será direcionado para a página da notícia e poderá obter mais informações, tornando-se, assim, escritor de um novo texto.

Como a notícia está em inglês, além de compartilhar, Garrett também explica ao seu público qual é o conteúdo dessa. A divulgadora inicia seu tuíte, em caixa alta, anunciando que “O @US_FDA CONCEDE APROVAÇÃO TOTAL À VACINA DA PFIZER”. O uso da caixa alta sugere que Garrett está chamando a atenção para o fato de que a vacina da Pfizer contra a covid-19, uma das quais estavam sendo aplicadas à população naquele momento, havia recebido aprovação da @us_fda, isto é, recebeu aprovação da *A Food and Drug Administration*, uma agência federal do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos. Constatamos que, ao mencionar a agência, a divulgadora não apenas a cita, mas utiliza um dos recursos disponibilizados pela plataforma e marca o nome do usuário utilizando sua arroba (@us_fda), o que facilita para que o leitor possa clicar e acessar a página da FDA no Twitter e, assim, pesquisar e obter mais informações.

Em um segundo momento, Garrett defende que o fato da aprovação total da vacina, naquele momento, derruba um dos argumentos utilizados por grupos de pessoas que não aprovavam o uso da vacina por considerarem ela “experimental”: “Negacionistas e antivacinas agora não têm mais como falar que a vacina ‘ainda é experimental’”. Diante disso, percebemos a demarcação de dois posicionamentos da divulgadora. Primeiro que ela defendia o uso da vacina da Pfizer mesmo antes da aprovação total concedida pela FDA, prática comum a todos aqueles que não eram negacionistas e antivacinas. E o segundo posicionamento vai ao encontro do primeiro e estabelece, nitidamente, que ela se coloca em oposição a todos aqueles que, de alguma forma, possuem posturas negacionistas e antivacinas em relação à covid-19.

Após apresentar o assunto da notícia e explicar seus impactos, ela avança em sua linha de argumentação e acrescenta que “isso [a aprovação da vacina] também abre caminho para mais mandados de obrigatoriedade p vacinas”. O uso do operador argumentativo *também*, de acordo com Koch e Elias (2016), sugere uma ideia de soma, ou seja, Garrett está sugerindo que a aprovação tanto serviria como um recurso para romper com o argumento de grupos negacionistas e antivacinas quanto para facilitar a cobrança de obrigatoriedade de vacinação.

Para finalizar seu tuíte, Garrett utiliza-se de mais um recurso da plataforma Twitter e adiciona duas *hashtags*: #VacinasSalvamVidas e #vacinasim. Vale lembrar que, consoante com Paveau (2021), as *hashtags* podem externar posições subjetivas dos internautas. Diante disso, consideramos que o uso de #VacinasSalvamVidas e #vacinasim vai ao encontro do que a divulgadora defendeu ao longo do seu texto, o que pode ser visto como uma forma de reafirmação do posicionamento da divulgadora. Ademais, como as *hashtags* são clicáveis, se o escritor optar, ele poderá clicar nelas, uma de cada vez, e, então, ele será direcionado a uma outra página do ecossistema em que estarão reunidos todos os tuítes que também usaram a mesma *hashtag*. Ou seja, que possuem o mesmo posicionamento sobre o assunto.

A partir do que foi observado em relação à Figura 16, podemos concluir que Garrett apresenta um *tom* politizado e didático. Politizado pois ela compreende o impacto político que a decisão de aprovação da vacina pode gerar e, por isso, o quanto é importante que essa informação chegue ao seu público, além de mais uma vez demarcar o seu posicionamento alinhado à ciência apoiando o uso de vacinas. E didático porque a divulgadora traz uma notícia que está em inglês sobre o assunto, o que sabemos que nem todos os seus leitores seriam capazes de compreender, e explica do que ela se trata. Assim, ela mantém seu público atualizado sobre a questão e, ainda, disponibiliza o *link* da notícia para aqueles que queiram pesquisar e descobrir mais sobre o tema. Ademais, o fornecimento do *link* também pode ser visto como uma marca de “evidência”, ou seja, Garrett utiliza-se da notícia compartilhada por ela como uma forma de comprovar o seu discurso. Esse movimento de compartilhamento da fonte da informação é algo bastante comum no formato de DC nas redes sociais, uma vez que confere mais credibilidade ao que está sendo divulgado. E apesar da característica de compartilhamento de *link* ou da arroba ser algo mais recente e específico do contexto digital, o ato de compartilhar a fonte da informação não é algo novo; na verdade, advém da forma tradicional de se divulgar ciência.

Diante do que foi exposto, constatamos que há, novamente, um fortalecimento do *ethos* de autoridade da divulgadora, pois, ao compartilhar sobre os avanços atingidos quanto à vacina da Pfizer e se posicionar alinhada à ciência, acreditamos que ela compreende a importância dessas informações chegarem ao seu público. E não apenas alcancarem seu público, mas igualmente orientá-los acerca do que ela, enquanto cientista e divulgadora comprometida com a ciência, defende baseada em

seus saberes. Assim, servindo de exemplo a quem a acompanha. Ademais, novamente percebemos uma preocupação de Garrett em pensar no seu público, uma vez que ela explica, em português, o teor de uma notícia em inglês; ou seja, ela pressupõe que uma parte de quem a acompanha não estaria apto a entender o conteúdo e o torna acessível. E para aquelas que possuem domínio da língua inglesa, a divulgadora deixa disponível o *link* para que possam consultá-lo e verificar a informação. A partir disso, constatamos que o *ethos* de autoridade é construído de forma mais acessível, pensando em quem está do outro lado (o escritor). Como forma de validação quantitativa ao discurso de Garrett, identificamos que seu tuíte recebeu 62 retuites, 4 comentários e 461 curtidas, conforme exposto na Figura 16.

6.1.3 Tuíte de Denise Garrett do dia 24 de agosto de 2021

O próximo tuíte a ser analisado se refere a uma postagem de Garrett do dia 24 de agosto de 2021, conforme Figura 17.

Figura 17 – Tuíte de Denise Garrett no dia 24 de agosto de 2021

The image shows a screenshot of a Twitter post. On the left is the Twitter navigation menu with options like 'Página Inicial', 'Explorar', 'Notificações', 'Mensagens', 'Itens salvos', 'Listas', 'Perfil', and 'Mais'. The main content is a tweet from Denise Garrett, MD, MSc (@dogarrett) posted on August 24, 2021, at 12:21 PM. The tweet text is: 'A resposta é um sonoro NÃO. Qualquer sugestão de desobrigação de uso de máscara em lugar fechado no BR agora - c chegada da Delta, alta taxa de transmissão e baixa cobertura vacinal c 2 doses - só se tiver a intenção de provocar ainda + mortes. Genocídio q se chama isso, não é?'. Below the tweet is a reply from a user (profile picture redacted) asking: 'Doutora, a sra. acha que o Brasil já está pronto pra abolir o uso obrigatório de máscara em lugares públicos fechados mês que vem?'. The tweet has 238 retweets, 14 replies, and 1,607 likes. On the right side of the screenshot, there are sections for 'Pessoas relevantes' (Denise Garrett, MSc is being followed) and 'O que está acontecendo' (Street League Skateboarding - AO VIVO, SLS: acompanhe os Tweets sobre o mundial de skate street, #TurboFresh).

Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

A partir da observação da Figura 17, é possível perceber que o tuíte em questão é uma resposta a uma pergunta realizada por um perfil que acompanha Denise Garrett. O questionamento é acerca da desobrigatoriedade do uso de máscaras em

lugares públicos fechados. Conseguimos chegar a essa conclusão, pois a plataforma Twitter permite que a divulgadora compartilhe, abaixo de sua resposta: a pergunta que foi realizada; o dia em que foi postada, 24 de agosto (mesmo dia em que ela respondeu); e quem a realizou. Ao lado do nome, também é possível observar a presença da *affordance* do nome do usuário no Twitter, que, caso seja clicada, nos direciona ao seu perfil. Ademais, sabemos que a questão exposta foi direcionada à divulgadora, pois, acima da pergunta, é possível observar “em resposta a @dogarrett”.

Em sua resposta, Garrett é enfática logo no início e afirma que “a resposta é um sonoro NÃO”. Destacamos, primeiro, a presença do adjetivo *sonoro* que indica a emissão de um som intenso. A seguir, também observamos que o advérbio *não* está escrito em caixa alta, o que, conforme já foi visto, é uma tentativa de aproximação da linguagem oral e deve ser lido com se o locutor estivesse “gritando”. Ao analisarmos o conjunto da expressão, entendemos que elas assinalam, na língua portuguesa, uma forma de negação extrema. A partir disso, compreendemos que a divulgadora está sendo incisiva ao chamar atenção do seu público para o fato de que o Brasil não estava pronto para abolir o uso obrigatório de máscara em lugares públicos fechados no mês seguinte (setembro de 2021).

Após, em um segundo momento, Garrett explica quais são os motivos que a fazem ser tão enfática em responder que o Brasil não estava pronto: “qualquer sugestão de desobrigação de uso de máscara em lugar fechado no BR - c a chegada da Delta, alta taxa de transmissão e baixa cobertura vacinal c 2 doses - só se tiver a intenção de provocar ainda + mortes”. De acordo com essa afirmação, entendemos que a divulgadora se apoia em dois fatores científicos para formular sua resposta negativa: (i) a chegada da variante Delta de covid-19, que foi considerada pela comunidade de cientistas como sendo de alta taxa de transmissão; (ii) a baixa cobertura vacinal das duas doses da vacina contra covid-19. Apesar de Garrett não apresentar dados que corroboram com os seus argumentos, destacamos que essas informações foram amplamente divulgadas na mídia naquele momento e que por Garrett ser uma divulgadora científica que se mostra comprometida com a ciência, ela vale-se da sua autoridade na área para apresentar a sua visão.

Outra questão importante a ser analisada é em relação ao uso dos operadores argumentativos *só se*, em que, conforme Koch e Elias (2016), o *só se* marca exclusividade e o *se* assinala a hipótese. Ou seja, ao utilizar o *só se*, ela está

chamando a atenção para o fato de que a única possibilidade de intenção por trás da decisão de abolir o uso de máscaras seria querer causar mais mortes. Já quanto ao emprego do operador *ainda*, depreendemos, a partir dos postulados de Koch e Elias (2016), que indica intensidade e pressupõe que já ocorreram muitas mortes, além de sugerir que se as máscaras não forem mais obrigatórias em locais fechados, muitas outras pessoas vão morrer em função dessa decisão.

Garrett finaliza seu tuíte deixando uma pergunta em aberto para o seu público pensar sobre: “genocídio q se chama isso, não é?”. Em relação à pergunta, Garrett, primeiro, informou sobre os motivos pelos quais não seria recomendado liberar o uso de máscaras em espaços fechados e, a partir disso, ela conduz o leitor a pensar criticamente sobre o assunto: se há evidências científicas que sugerem que não seja recomendado liberar o uso das máscaras e, ainda assim, for decidido por liberar, não seria um ato genocida? Ou seja, quando uma ação é tomada propositalmente com o intuito de eliminar um grupo de pessoas. A partir dessas constatações, entendemos que Garrett está guiando seu público a problematizar o assunto, mas, ao mesmo tempo, deixando espaço para que cada um possa refletir e chegar a sua própria conclusão.

Outra questão importante a ser ressaltada sobre esse trecho do tuíte é em relação ao uso da linguagem informal, um aspecto bastante presente nas redes sociais. Ao optar por utilizar a sigla *BR* referindo-se ao Brasil, as palavras *com* e *que* em suas formas abreviadas *c* e *q*, respectivamente, e ao empregar o símbolo + no lugar de sua forma extensa *mais*, inferimos Garrett pode tanto estar buscando aproximar-se de seu público ao adotar o uso de uma linguagem mais coloquial – comum as redes sociais – quanto também pode ser uma forma de adequar-se às características da plataforma que só permitem 280 caracteres por tuíte.

Diante das considerações abordadas acerca deste tuíte, compreendemos, a partir da concepção de *tom* de Maingueneau (2001), que o discurso possui um *tom* didático, por procurar explicar a questão de uma forma compreensível, e também um *tom* acessível, por demonstrar interesse em responder as dúvidas do seu público. Isso, mais uma vez, reforça a manutenção de um *ethos* de autoridade acessível que busca construir uma relação mais próxima com o seu público, que valida, quantitativamente, o discurso de Garrett por meio de 238 retuítes, 14 comentários e 1.607 curtidas.

6.1.4 Tuíte de Denise Garrett do dia 29 de agosto de 2021

A Figura 18 corresponde ao próximo tuíte de Denise Garrett a ser analisado.

Figura 18 – Tuíte de Denise Garrett no dia 29 de agosto de 2021

The image shows a screenshot of a Twitter post from Denise Garrett (@dogarrett) on August 29, 2021. The tweet text is: "Um domingo de paz a todos os que preferem feijão a fuzil, e vacina à hidroxiclороquina, ivermectina, proxalutamida ou infecção natural." Below the text is a graphic with the text: "Fuzil Prefiro feijão Hidroxiclороquina Ivermectina Proxalutamida infecção natural Prefiro vacina @dogarrett". The tweet has 240 retweets, 9 replies, and 2,135 likes. The right sidebar shows "Pessoas relevantes" with Denise Garrett listed as "Seguindo" and "O que está acontecendo" with various trending topics.

Fonte: Perfil de Denise Garrett no Twitter (2021).

Na primeira parte do tuíte de Garrett (Figura 18), constatamos a presença, inicialmente, de um texto digitado diretamente na plataforma e, a seguir, um cartaz com um texto. O conteúdo do texto e da imagem estão ambos relacionados a uma fala do ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro.

Em seu tuíte, Garrett deseja “um domingo de paz a todos os que preferem feijão a fuzil, e vacina à hidroxiclороquina, ivermectina, proxalutamida ou infecção natural”. Compreendemos que o discurso da divulgadora é uma crítica à declaração do então presidente do Brasil na época, que afirmou, durante um momento de alta inflacionária dos alimentos: “Tem que todo mundo comprar fuzil, pô. Povo armado jamais será escravizado. Eu sei que custa caro. Aí tem um idiota: ‘Ah, tem que comprar é feijão’. Cara, se você não quer comprar fuzil, não enche o saco de quem quer comprar”

(PODER360, 2021). A fala de Bolsonaro teve grande repercussão na grande mídia e redes sociais e foi bastante criticada por aqueles que não apoiam seu governo.

Apesar de não haver nenhuma menção ao nome de Bolsonaro na postagem, não há dúvidas que o tuíte é uma clara crítica ao governo do então presidente do Brasil, que sempre se mostrou favorável a políticas armamentistas e sempre teve um posicionamento negacionista em relação à covid-19. Garrett organiza seu discurso a partir de argumentos alternativos que levam a conclusões opostas: isto ou aquilo. Em outras palavras: ou fuzil ou feijão; ou vacina ou hidroxiclороquina/ivermectina, proxalutamida/infecção natural. Diante disso, podemos inferir que Garrett está, implicitamente, sinalizando que ou se está de um lado ou se está do outro lado, que não há como apoiar os dois ao mesmo tempo, pois eles são excludentes. Assim sendo, ao desejar um domingo de paz a todos que preferem feijão e vacina, Garrett está marcando seu posicionamento político – está escolhendo um lado – e está indicando quem é o público a quem ela se direciona em seu perfil, ou seja, a todos aqueles que também fazem oposição ao governo de Bolsonaro.

Logo após o texto, há um cartaz em que as palavras que representam o lado do qual Garrett não compactua (fuzil e hidroxiclороquina/ivermectina, proxalutamida/infecção natural) estão escritas em fonte menor e em um tom de azul mais escuro. Já as palavras referente ao lado que a divulgadora defende (feijão e vacina) estão em fonte maior e em um tom de azul mais claro, além de estarem acompanhadas do verbo *preferir* conjugado na primeira pessoa (eu) do presente do indicativo: *prefiro*. A partir disso, é possível afirmar que a divulgadora, conforme Paveau (2021), está, por meio da mobilização do sistema da dêixis, revelando aspectos que apontam para a exteriorização de fragmentos de si. Ou seja, Garrett está enfatizando o seu posicionamento, agora, no entanto, de modo mais explícito: *prefiro feijão* e *prefiro vacina*. Destacamos que, assim como o outro cartaz postado por Garrett, esse também apresenta sua “assinatura”, o que pode ser visto como uma marca da sua ação enquanto divulgadora científica, pois ela prevê que seu material poderá ser printado e divulgado na rede.

Diante dos aspectos levantados sobre a Figura 18, consideramos que se estabelece um *tom* politizado de quem percebe a importância de posicionar-se ou não e de que não se posicionar também é escolher um lado. O *tom* politizado, demonstrando claramente o posicionamento de Garrett em relação à questão política

do país e à situação da pandemia, contribui para a construção de um *ethos* consciente e alinhado à ciência. Por último, a validação quantitativa do discurso de Garrett acerca dessa questão ocorre por meio de 240 retuítes, 9 comentários e 2.135 curtidas.

6.2 Perfil 2: Otavio Ranzani

As capturas de tela (Figuras 19 e 20) da biografia (bio) de Otavio Ranzani foram realizadas, respectivamente, no primeiro dia (01/08/2021) e no último dia (31/08/2021) de nossa geração de dados. Ao longo dos 30 dias, percebemos que não ocorreram mudanças em relação ao seu avatar, ao seu nome, à imagem de plano de fundo e às informações fornecidas por Ranzani na descrição. Com relação ao avatar e ao nome, é possível afirmar que o divulgador se utiliza de uma foto pessoal sua e o seu nome real, ou seja, ele não está postando a partir de um pseudônimo, mas a partir de sua conta pessoal. Percebemos que o avatar de Ranzani também permaneceu o mesmo, ou seja, ele está retratado numa foto informal que mostra seu rosto com um sorriso discreto de lábios fechados, seu cabelo e parte do que parece ser um casaco. Salientamos que, assim como Garrett, Ranzani também possui o selo azul de verificação, o que confere maior credibilidade ao conteúdo de suas postagens e maior autoridade à sua figura. Outro elemento que corrobora para a construção de uma imagem de autoridade é a menção, por meio de *hyperlinks*, das instituições a que ele está vinculado. Já quanto ao *banner*, observamos uma imagem em preto e branco de algumas galinhas, o que sinaliza, possivelmente, que o divulgador seja um admirador dessa espécie de animal e/ou que goste da vida rural. Ademais, consideramos importante chamar atenção para as menções realizadas por Ranzani em relação à #DecolonizeGH e @ISGLOBALorg, pois sugerem um posicionamento alinhado ao combate às desigualdades na área da saúde e à busca por equidade em termos de acesso à saúde. Em outras palavras, as *hashtags* externam a subjetividade do divulgador, o que vai ao encontro dos postulados de Paveau (2021).

Figura 19 – Bio de Otavio Ranzani no Twitter, no dia 01/08/2021



Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

Considerando a Figura 20, a única mudança perceptível em relação ao perfil de Ranzani é quanto ao seu número seguidores. No início da geração dos dados, o divulgador contava com 37,8 mil seguidores e, no final, esse número aumentou para 38,2 mil seguidores. Compreendemos que o seu crescimento pode ser considerado um elemento de validação da imagem de si de Ranzani enquanto divulgador científico, pois indica que, cada vez mais, usuários têm se interessado por seu conteúdo. Além disso, quanto maior o número de seguidores, maior o número de pessoas atingidas.

Figura 20 – Bio de Otavio Ranzani no Twitter, no dia 31/08/2021



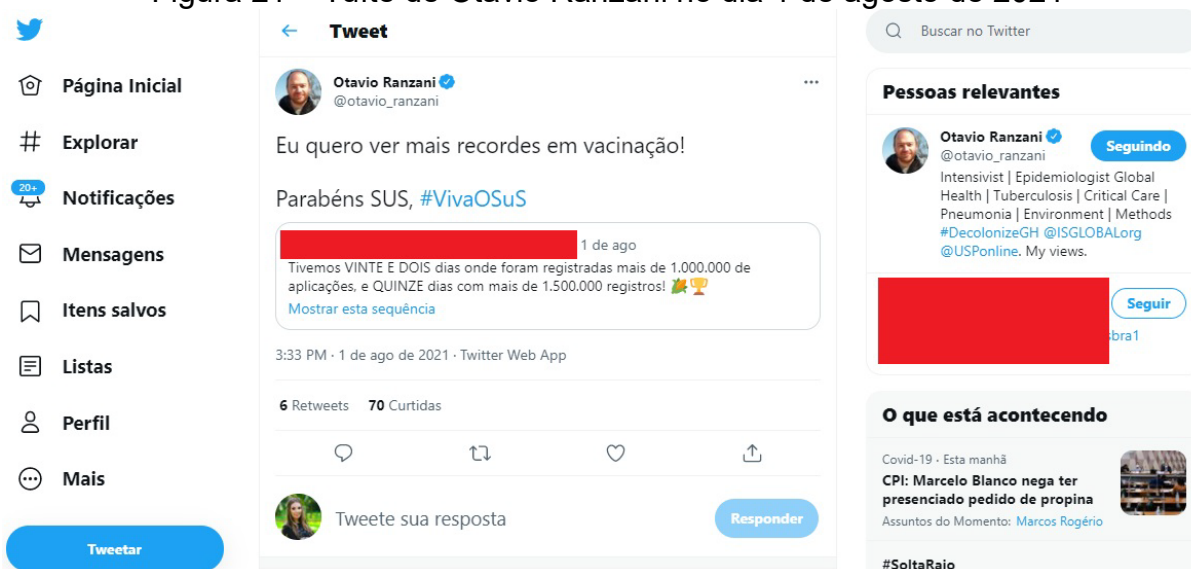
Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

Após a análise da bio de Ranzani, avançamos, na próxima seção, para a análise de seus tuítes.

6.2.1 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 1 de agosto de 2021

Dedicaremos atenção, neste momento, a analisar quatro dos tuítes publicados por Otavio Ranzani durante o período de 01/08/2021 a 31/08/2021. O primeiro tuíte a ser examinado foi publicado no dia 1 de agosto de 2021, conforme Figura 21.

Figura 21 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 1 de agosto de 2021



Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

A partir da observação da Figura 21, podemos perceber que se trata de um retuíte acrescido de um comentário realizado por Ranzani. Isto é, o divulgador realizou um retuíte de uma postagem de outro usuário do Twitter e adicionou um comentário sobre ela. Esclarecemos que a postagem do usuário que ocultamos o nome, por questões éticas, é, na verdade, uma sequência de tuítes (fio), pois, logo abaixo do texto, é possível visualizar a sentença “mostrar esta sequência”. Esta, inclusive, é um indicativo visual de que quem tiver interesse em ler todo o fio ou quiser obter mais informações sobre o perfil do usuário, poderá clicar em cima da postagem e ser direcionado a ela.

No tuíte postado pelo usuário, identificamos que são apresentados dados referentes ao número de pessoas vacinadas: “tivemos VINTE E DOIS dias onde foram registradas mais de 1.000.000 de aplicações, e QUINZE dias com mais de 1.500.000 registros”. Após o texto, o usuário ainda adicionou dois emojis: um de milho, em analogia ao número de mais de um milhão de pessoas vacinadas; e uma taça/troféu, sinalizando que esse número seria uma vitória. Ao optar por retuitar o conteúdo de outro pessoa, Ranzani poderia ter compartilhado a postagem, em seu perfil, sem incluir qualquer comentário; no entanto, como podemos observar na Figura 20, não é o que acontece. Pelo contrário, Ranzani retuíta e acrescenta “eu quero ver mais recordes em vacinação!”. Nesse trecho, constatamos que, por meio do pronome pessoal do caso reto *eu* e do verbo *quero* conjugado na primeira pessoa do presente

do indicativo, ele está se incluindo no discurso. Em outras palavras, consoante Paveau (2021), ele está mobilizando o sistema da dêixis de modo a sinalizar que ele almeja que os números de vacinação não parem, que eles continuem crescendo cada vez mais, para que os recordes não parem de ser batidos. Isso indica que Ranzani está se posicionando a favor da ciência e defendendo a vacinação. Não apenas defendendo, mas, ao mencionar que deseja ver mais recordes, ele, implicitamente, também está incitando seu público a tomar a vacina contra a covid-19.

Ranzani termina seu tuíte parabenizando o Sistema Único de Saúde (SUS) do Brasil: “Parabéns SUS, #VivaOSuS”. Diante disso, compreendemos que Ranzani reconhece o importante papel que o SUS desempenhou ao longo do processo de combate à covid-19 e para que os recordes de vacinação fossem atingidos. A partir desse primeiro tuíte, constatamos a presença de um *ethos* que está alinhado à ciência e que defende o SUS. Isto é, um *ethos* consciente em relação à realidade social do país em que vive e que entende a importância que o SUS representa para boa parte da população que não possui condições de acessar o sistema de saúde privado. Além disso, o reconhecimento do SUS, em um momento de pandemia, demonstra que ele reconhece o contexto do país e entende que para superar a covid-19 é essencial que o SUS funcione, garantindo assim que todos possam ter acesso ao sistema de saúde. Ao parabenizar o SUS, também percebemos emergir um *ethos* de coletividade, pois demonstra que o divulgador compreende a importância que cada esfera representa no momento da pandemia e que é preciso que todos possam trabalhar em parceria, uma respeitando e apoiando a outra. Por último, constatamos que o discurso do divulgador recebeu validação quantitativa de 6 retuítes e 70 curtidas.

6.2.2 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 5 de agosto de 2021

Neste segundo momento, nos atentaremos à Figura 22, que apresenta um dos tuítes publicado por Ranzani no dia 5 de agosto de 2021.

Figura 22 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 5 de agosto de 2021



Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

Ao verificarmos a Figura 22, percebemos rapidamente que o tuíte em questão não faz menção à pandemia especificamente. Entretanto, conforme mencionado na seção da metodologia, apesar de nosso foco principal serem os tuítes com conteúdos relacionados a essa temática, sempre que julgarmos importante para a construção da imagem de si dos divulgadores, apresentaremos postagens com outras temáticas.

Uma vez esclarecido isso, julgamos que o conteúdo do tuíte exposto na Figura 22 é relevante para a construção da imagem de si do divulgador, uma vez que apresenta seu posicionamento político. Em alguns cenários, essa informação poderia não ser tão relevante, mas, no caso da situação do Brasil, é bastante significativa, pois indica alguns aspectos importantes sobre Ranzani – ou, de acordo com Paveau (2021), externaliza elementos de sua subjetividade. Em primeiro lugar, ao utilizar a *hashtag* "BolsonaroVaiCair", Ranzani demonstra sua torcida para que o ex-presidente brasileiro não continuasse no poder. Um dos prováveis motivos para isso é o fato de que, durante a pandemia, o ex-presidente demonstrou-se negacionista em relação à pandemia e à vacinação contra a covid-19. Assim, ao expor sua desaprovação em relação ao ex-presidente, Ranzani marca, implicitamente, seu posicionamento favorável à ciência e à vacinação, o que vai ao encontro do conteúdo de outros tuítes do divulgador que analisamos.

Além disso, outro aspecto importante a ser destacado é que nem todos os divulgadores científicos posicionaram-se contra os discursos negacionistas do ex-presidente. Isso porque, muitas vezes, quando usuários influentes no assunto marcavam seu posicionamento contrário ao presidente, acabavam perdendo seguidores ou sofrendo ameaças/violências cibernéticas. Diante disso, podemos

deduzir que, ao escolher se posicionar abertamente, provavelmente Ranzani compreende as consequências da sua escolha e está disposto a lidar com elas.

Em relação ao uso da *hashtag*, é possível afirmar que é bastante comum os usuários do Twitter as utilizarem para indicarem seus posicionamentos sobre diferentes assuntos. Isso acontece porque essa *affordance* permite que os usuários cliquem sobre a palavra e sejam direcionados para uma nova página que reúne diferentes tuítes com a mesma *hashtag*, o que facilita para que as pessoas possam rastrear tuítes e possam encontrar outros usuários com a mesma opinião.

Diante do conteúdo desse tuíte, consideramos que é possível observar um *tom* politizado emergir, uma vez que, ao torcer para o Bolsonaro cair, Ranzani demonstra estar ciente do posicionamento negacionista e antivacina do ex-presidente e o quanto isso impactou negativamente no combate à covid-19. Assim, constatamos, novamente, a presença de um *ethos* consciente da situação do país em que vive e, mais do que isso, que busca, por meio de seu conteúdo, mostrar seu posicionamento e, assim, possivelmente influenciar outras pessoas a refletirem e reconsiderarem seu pensar e suas práticas em relação a esse assunto.

Identificamos que o discurso de Ranzani é validado, quantitativamente, por meio de 37 retuítes, de 6 comentários e de 647 curtidas. Em termos de quantificação, é possível afirmar que a postagem de Ranzani recebeu um número mais expressivo de validação em relação ao seu discurso em forma de curtida.

6.2.3 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 7 de agosto de 2021

O próximo tuíte foi postado por Ranzani no dia 7 de agosto de 2021, conforme consta na Figura 23.

Figura 23 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 7 de agosto de 2021

Tweet

Otavio Ranzani @otavio_ranzani

Aqui rolou um experimento para quantificar o SARS-CoV-2 no ar enquanto pessoas respiravam, falavam e cantavam. Cantar expele mais vírus que falar que expele mais vírus que só respirar.

- Use máscara
- Locais ventilados
- Evite aglomerar

academic.oup.com/cid/advance-ar...

7:06 PM · 7 de ago de 2021 · Twitter Web App

200 Retweets 17 Tweets com comentário 1.129 Curtidas

Pessoas relevantes

Otavio Ranzani @otavio_ranzani **Seguindo**

Intensivist | Epidemiologist Global Health | Tuberculosis | Critical Care | Pneumonia | Environment | Methods #DecolonizeGH @ISGLOBALorg @USPOnline. My views.

O que está acontecendo

Brasileirão · há 1 hora

Grêmio vence Chapecoense de virada em confronto direto do Z4

Assuntos do Momento: [Cortez, Elias](#)

#FestãoDeOfertas

Cupons exclusivos no aniversário americanas! Baixe o App 📲

Promovido por americanas 🌟

Política · Assunto do Momento

Jovem Aprendiz

6.999 Tweets

Assunto do Momento em Rio Grande do Sul

Renata

8.058 Tweets

Covid-19 · AO VIVO

São Paulo: as últimas notícias sobre a pandemia

Mostrar mais

Termos de Serviço Política de Privacidade Política de cookies Informações de anúncios Mais ... © 2021 Twitter, Inc.

Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

A partir da Figura 23, podemos perceber que Ranzani está compartilhando os achados de um artigo acadêmico em língua inglesa sobre as diferenças quantitativas da presença de SARS-CoV-2 no ar ao falar, cantar ou só respirar. Por tratar-se de artigo – um gênero que, geralmente, apresenta uma linguagem mais técnica e de difícil compreensão para boa parte da população – e, ainda, em inglês, além de compartilhar, Ranzani também explica ao seu público qual é o conteúdo do texto. Em um primeiro momento, o divulgador apresenta o experimento e explica qual o assunto que é abordado no artigo. Percebemos que Ranzani utiliza-se de linguagem informal para realizar essa apresentação, uma vez que ele adota, por exemplo, o termo *rolou*, uma palavra bastante comum de ser encontrada em redes sociais e que, nesse contexto, possui o significado de "foi realizado". Após explicar qual é o objeto de estudo da pesquisa, Ranzani explica, em ordem decrescente, qual das ações expele mais vírus: cantar expele mais vírus que falar que expele mais vírus que só falar.

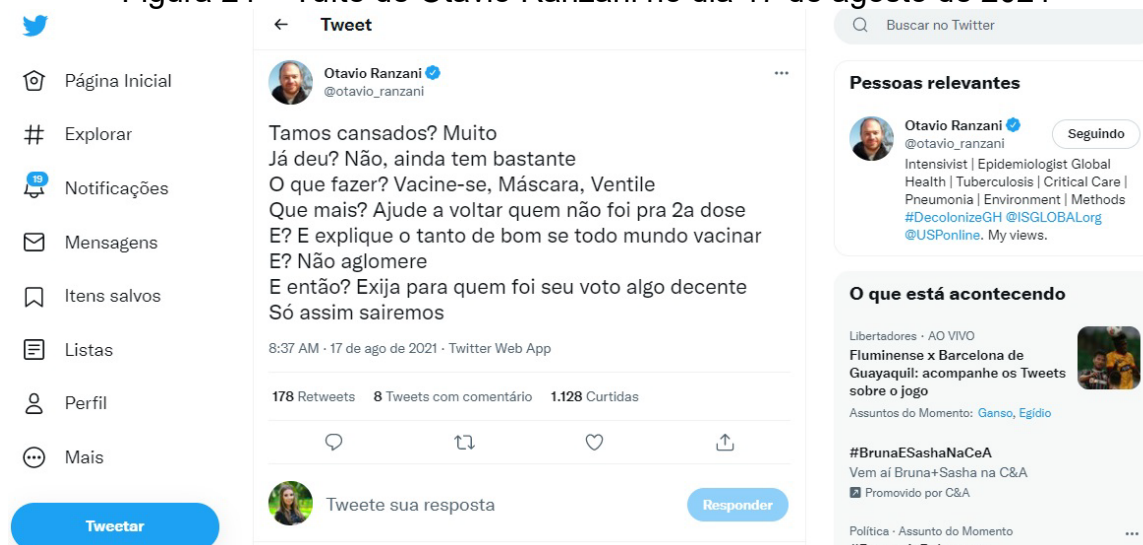
Após explicar acerca do experimento, o divulgador fornece três recomendações que devem ser seguidas para evitar a contágio de covid-19: use máscara, locais ventilados e evite aglomerar. Ao utilizar o tempo verbal imperativo para construir sua orientação, compreendemos que o divulgador está promovendo uma incitação ao fazer. Isto é, está incentivando os usuários que o seguem a adotarem as medidas recomendadas. Em relação à segunda orientação "locais ventilados", constatamos que não há presença de verbo, contudo, ainda assim, é possível compreender a instrução: "[use/prefira] locais ventilados". Após as recomendações, é possível visualizar uma imagem e um *link* que, ao ser clicado, direciona o usuário à notícia completa sobre o experimento. A inserção do *link* é um dos recursos oferecidos pela plataforma do Twitter e entendemos que, nesse caso, funciona como um respaldo científico para a postagem de Ranzani, pois conduz o leitor a evidências científicas. Ademais, como o leitor é, na verdade, um escritor é ele quem vai decidir qual caminho seguir, isto é, se ele vai clicar no *link* ou não e o que vai fazer depois caso opte por clicar.

Diante dos aspectos levantados, depreendemos que, ao fornecer informações sobre o experimento e fornecer orientações, se estabelece um *tom* didático, pois Ranzani compartilha uma informação que advém de um artigo em inglês, o que remete ao fato de que nem todos os seus leitores seriam capazes de compreender a publicação por conta própria, seja pela linguagem característica do gênero ou seja por estar em língua inglesa. Ao construir seu discurso, o divulgador tem o cuidado de explicar do que se trata o texto a partir de uma linguagem objetiva e acessível ao público. Isso e o fato de Ranzani compartilhar o *link* para quem quiser obter mais informações demonstram sua preocupação com seu público. Os dois *tons* utilizados pelo divulgador contribuem para a construção do seu *ethos* enquanto autoridade. Destacamos que essa autoridade é desenvolvida, justamente pela aparente preocupação com o público, de modo a estabelecer uma relação de proximidade com quem o acompanha. Ademais, percebemos que esse discurso do divulgador é validado quantitativamente por intermédio de 17 comentários e 1.129 curtidas.

6.2.4 Tuíte de Otavio Ranzani do dia 17 de agosto de 2021

O último tuíte de Ranzani a ser analisado corresponde a uma postagem realizada por ele no dia 17 de agosto de 2021, de acordo com a Figura 24.

Figura 24 – Tuíte de Otavio Ranzani no dia 17 de agosto de 2021



Fonte: Perfil de Otavio Ranzani no Twitter (2021).

Ao longo do tuíte, Otavio Ranzani organiza seu discurso em forma de perguntas e respostas, ora recomendando o que seus leitores devem fazer, ora incluindo-se como parte do processo de engajamento que precisa ser desenvolvido. Se considerarmos que, na oralidade, os diálogos são estabelecidos por intermédio de perguntas e respostas, então podemos dizer que o discurso de Ranzani aproxima-se da oralidade. Esse fato é reforçado pelo divulgador também ter utilizado, por exemplo, logo no início, o “tamos” ao invés de estamos.

Em um primeiro momento, Ranzani inclui-se no discurso, por meio do verbo *estar* conjugado na primeira pessoa do plural, questionando “tamos cansados?” e responde, logo a seguir, “muito”. Além disso, ressalta-se que o verbo *estar* está empregado em sua popular e oral *tamos*, algo comum em ambientes como as redes sociais, já que a linguagem predominante é a informal. Podemos dizer que ele faz esse movimento de adequação da linguagem e de incluir-se no discurso como uma forma de aproximar-se de seu leitor e demonstrar que, sim, ele (Ranzani) também está cansado da pandemia e entende o que seu destinatário está sentindo. No entanto, como ele ressalta, logo em seguida, “já deu? não, ainda tem bastante”, o operador argumentativo *ainda*, segundo Koch e Elias (2016), indica uma continuidade de estado (a pandemia existia e a pandemia continua existindo), indicando seu alerta de continuidade da pandemia.

A seguir, ele orienta seu leitor sobre o que deve ser feito para que seja possível sair dessa situação. Nesse momento de orientações, Ranzani assume uma posição

de autoridade, isto é, assume uma posição de cientista e divulgador e orienta seus leitores sobre o que podem fazer para prevenirem-se e como eles devem agir enquanto cidadãos: “vacine-se”, “ajude”, “explique”, “não aglomere”, “exija”. Após, como complemento às medidas, Ranzani incita seus leitores a cobrarem dos políticos em quem eles votaram a também fazerem a sua parte: “exija para quem foi seu voto algo decente”. Isso nos leva a concluir que o divulgador é um sujeito politicamente engajado e que compreende o papel fundamental e decisivo que os políticos têm em um momento como esse.

Por fim, ele inclui-se, por intermédio do verbo “sair” conjugado na primeira pessoa do plural do futuro do presente, no discurso: “só assim sairemos”. Com isso, ele mostra que o fim da pandemia é uma ação coletiva. Ao empregar o operador argumentativo *só*, Ranzani impõe, consoante Koch e Elias (2016), uma restrição em relação ao ato de sair da pandemia: seguir todas as informações/recomendações fornecidas por ele no texto. E caso as medidas não sejam adotadas, isso implicaria não sair dessa situação. A partir dos movimentos discursivos realizados por Ranzani, percebemos, baseando-nos em Maingueneau (2001), um *tom* maleável, que evoca uma imagem discursiva de alguém que compreende a importância de se fazer esse jogo de aproximação ao leitor para sensibilizá-lo a aderir ao seu discurso.

Nos dois movimentos de aproximação realizados pelo autor, por meio do uso dos verbos “estar” (“tamos cansados? muito”) e “sair” (“só assim sairemos”) na primeira pessoa do plural, Ranzani mobiliza, de acordo com Paveau (2021), o sistema da dêixis para incluir-se no discurso e, conseqüentemente, expõe fragmentos de si. Ou seja, ao dizer “tamos cansados? muito”, ele evidencia que, assim como seu leitor, também já está muito esgotado da pandemia e busca, dessa forma, ao mesmo tempo, validar o sentimento do seu público e receber validação acerca do seu. Ele está se colocando não apenas como um cientista, mas mostrando seu lado pessoal (humano), que partilha do mesmo sentimento de quem está do outro lado, seus leitores. No final do texto, ao argumentar que “só assim sairemos”, novamente Ranzani, conforme Paveau (2021), exterioriza fragmentos de si que são percebidos pelo uso do verbo “sair” na primeira pessoa do plural (eu+você=nós). Ou seja, ao se apresentar na primeira pessoa do plural, ele se coloca na mesma situação do leitor, pois entende que a saída do contexto pandêmico só acontecerá se for de modo coletivo. Assim, ele orienta sobre as diversas medidas que precisavam ser adotadas para que se

conseguisse livrar-se da doença e indica que a adesão às diretrizes de proteção precisava acontecer, senão por todos, pelo menos pela imensa maioria das pessoas para que fosse possível ultrapassar essa situação.

Considerando os aspectos discutidos em relação a esse tuíte, constatamos a presença de um *tom* que flutua entre o didático e o pessoal. Isso porque Ranzani, ao mesmo tempo em que está fornecendo e esclarecendo informações ao seu público, também está se incluindo na situação e demonstrando suas frustrações em relação à pandemia. Assim, Ranzani constrói seus *ethos* de autoridade de forma humanizada e, mais uma vez, demonstrando estabelecer uma relação de proximidade com o seu público.

O discurso de Ranzani é legitimado por intermédio de 178 retuítes, de 8 comentários e de 1.128 curtidas. Sendo assim, depreendemos que, em termos de quantificação, ocorreu uma validação expressiva ao seu discurso, principalmente nas formas de retuíte e curtidas.

Uma vez finalizadas as análises, entendemos ser necessário ponderar acerca dos achados identificados. Assim, na próxima seção, nos dedicamos a discutir acerca dos pontos abordados, até aqui, neste capítulo.

6.3 Discussões

Nesta etapa abordaremos algumas considerações acerca da construção do *ethos* discursivo de cada um dos divulgadores. Para isso, iniciaremos tecendo reflexões quanto à divulgadora Garrett e, depois, avançamos para o divulgador Ranzani. Após falar sobre ambos individualmente, finalizaremos realizando comparações entre ambos.

A partir das ponderações referentes aos cinco tuítes de Denise Garrett, é possível verificar que seu *ethos* é construído enquanto uma figura de autoridade que procura estabelecer uma relação mais próxima com seu público. Percebemos isso, pois, ao compartilhar as informações, a divulgadora utiliza-se de uma linguagem acessível e, além disso, ela também demonstrou estar atenta e interessada em relação aos comentários do seu público, uma vez que se dedicou a responder ao questionamento de um dos usuários da plataforma. Outro importante fator observado é em relação aos elementos de intimidade que emergem ao longo dos discursos de Garrett e que sinalizam a presença de um *ethos* consciente quanto à situação política

e social do país. E, justamente, por estar ciente dessas questões, ela não apenas compartilha informações e orientações, mas busca demarcar seu posicionamento em relação a essas questões e conduzir seu público a refletir e entender o porquê de ela as estar defendendo. Além disso, verificamos, constantemente, a presença de um *ethos* alinhado à ciência, defendendo as medidas que receberam respaldo científico ao longo da pandemia (uso de máscara, vacinação etc.). Nesse sentido, a conduta da divulgadora foi de indicar as medidas que ela estava seguindo para, assim, servir de exemplo a ser seguido e, também, conceder mais credibilidade ao fazer recomendações.

Com relação à Ranzani, constatamos, a partir da análise dos quatro tuítes analisados, que o divulgador constrói seu *ethos* de autoridade buscando compartilhar informações e orientações de modo acessível e estabelecendo uma relação de proximidade com seu público. Em um de seus tuítes, observamos, por meio de fragmentos de intimidade, que Ranzani inclui-se no discurso para demonstrar ao seu público que, assim como eles, ele também está cansado da pandemia. Entendemos que Ranzani faz isso como uma forma de conectar-se com seu leitor para, assim, possivelmente obter mais êxito em suas recomendações. Ademais, também identificamos a presença de um *ethos* comprometido com a ciência e consciente das questões políticas e sociais vivenciadas no país. A postura adotada pelo divulgador, ao longo dos tuítes, manteve-se consistente, defendendo recomendações/orientações que apresentavam respaldos científicos e que não fossem negacionistas. Para além de defender, ele posicionou-se, explicitamente, contrário ao ex-presidente do Brasil, uma figura com grande visibilidade e poder de influência que adotou uma postura negacionista ao longo de toda pandemia. Consideramos que a atitude de Ranzani demonstra que ele compreende a importância que um discurso desses vindo de um cientista e divulgador da ciência tem e o quanto pode inspirar outras pessoas a refletirem sobre suas crenças e atitudes.

Diante do que foi exposto, concluímos que a construção do *ethos* de Garrett e de Ranzani se assemelham em diversos aspectos. Ambos apresentam imagens de si que sugerem que eles se preocupam em se apresentar como figuras de autoridade que almejam estabelecer uma relação de maior proximidade com seu público. Podemos perceber isso tanto por meio dos fragmentos de intimidade que eles deixam emergir quanto pela linguagem acessível e mais informal empregada em seus

discursos. Além disso, os dois divulgadores também se mostram atentos às questões políticas e sociais e são comprometidos com a ciência, posicionando-se, assim, sobre o assunto e sinalizando sua oposição a quem adota medidas negacionistas e anticientíficas.

Uma vez finalizadas nossas análises, avançamos para última parte deste estudo. Assim sendo, no próximo capítulo, nos propomos a retomar nossa pergunta problematizadora, a verificar se os objetivos iniciais da pesquisa foram atingidos e a propor algumas reflexões finais.

7 CONCLUSÃO

Após nos dedicarmos ao estudo acerca da análise do discurso digital e das noções conceituais de extimidade e de *ethos* discursivo e de analisarmos cinco tuítes de Denise Garrett e quatro tuítes de Otavio Ranzani, é chegado o momento de finalizarmos nossa pesquisa. Assim, neste último capítulo, apresentamos algumas considerações que advém das reflexões desenvolvidas ao longo do trabalho.

Primeiramente, é preciso retomar nossa questão problematizadora: como os divulgadores científicos Denise Garrett e Otavio Ranzani constroem as imagens discursivas de si, no ecossistema do Twitter, a partir da perspectiva de extimidade conjugada ao *ethos* discursivo? Em seguida, retomamos, nossos objetivos específicos: (i) verificar a presença do discurso de extimidade na construção do *ethos*; (ii) examinar como os divulgadores se apropriam das características tecnodiscursivas do ecossistema Twitter em suas interações; (iii) descrever as diferenças e semelhanças nas construções das imagens discursivas de Denise Garrett e de Otavio Ranzani; (iv) identificar como Denise Garrett e Otavio Ranzani divulgam ciência em seus perfis. A partir disso, nos dedicamos a discutir em que medida conseguimos responder as questões postas.

Compreendemos, baseado nas análises empreendidas, que os divulgadores constroem sua imagem enquanto autoridades que estão dispostas a realizar a divulgação científica a partir de um modelo que se assemelha mais à noção dialógica de participação do público defendida por Costa, Souza e Mazoco (2010). Ou seja, entendemos que os divulgadores buscam valorizar a participação e o diálogo com o público. Como pontuado por Príncipe (2013), as redes sociais são um ótimo espaço para isso, pois permitem que essa troca ocorra de modo mais rápido e interativo, o que é possível observarmos, por exemplo, no tuíte do dia 24 de agosto de 2021 de Garrett, em que ela compartilha e responde uma pergunta de outro usuário da plataforma que foi realizada naquele mesmo dia. Ranzani também retuitou e comentou o discurso de outro usuário do ecossistema sobre recorde de vacinação em seu perfil. É notável, diante disso, que há uma “multiplicidade de vozes” (PORTO; MORAES, 2009).

Além disso, é possível perceber um movimento de ambos em relação a romper com um estigma mais tradicional de cientista/divulgador científico como alguém

distante – quase “um ser de outro mundo”. Em diferentes momentos de seus discursos, eles exteriorizam fragmentos de si que os aproximam da noção de que, sim, eles são cientistas, mas também são cidadãos e que, assim como boa parte da população, estão preocupados com as dificuldades enfrentadas com a pandemia. Por isso, têm se dedicado a compartilhar informações e orientações científicas às pessoas, a fim de conscientizá-las sobre quais medidas devem ser adotadas em cada fase da pandemia. Para realizar tais divulgações, tanto Ranzani quanto Garrett utilizam-se de estratégias parecidas: ora eles usam de sua autoridade para compartilhar algo sem fornecer uma fonte para a orientação ora eles disponibilizam *links* que conferem acesso à página de onde a informação foi retirada e caso a fonte também tenha página no Twitter, é marcado o seu nome de usuário (a sua arroba). Ressaltamos que embora o ato de fornecer as referências sobre o assunto abordado não seja algo novo na área da DC, o modo como é feito nas redes sociais, por meio de *link* ou marcando a arroba, é uma característica restrita ao digital e que pode ser vista como uma das mudanças pelas quais a DC passou ao ampliar seu alcance e adentrar no universo das redes sociais.

Ademais, também se constata que ambos os divulgadores analisados têm apresentado as mesmas orientações sobre cuidados diante do cenário pandêmico do momento em questão: usar máscara, vacinar-se, não aglomerar, preferir ambientes ventilados. Isso nos permite constatar que tanto Garrett quanto Ranzani posicionam-se a favor da ciência. Isto é, suas recomendações vão ao encontro daquilo que a ciência defende em termos de medidas a serem adotadas durante o contexto pandêmico. Outra semelhança na construção do *ethos* discursivo dos divulgadores é que os dois deixam emergir fragmentos de extimidade que indicam seus posicionamentos políticos; no caso, de oposição ao ex-presidente do Brasil. A contraposição a Jair Bolsonaro pode ser vista como manutenção da postura de alinhamento à ciência apresentada pelos divulgadores, uma vez que o ex-presidente adotou medidas e realizou discursos negacionistas e antivacina durante a pandemia.

Quanto às diferenças presentes entre os divulgadores, destacamos primeiro o número de tuítes postados ao longo dos 30 dias de geração de dados; enquanto Denise Garrett postou 82 tuítes, Otavio Ranzani postou 42 tuítes. Apesar de ambas as contas terem crescido em número de seguidores, conforme visto em nossa análise do *corpus*, notamos que Garrett possuía 59,7 mil seguidores ao final da geração de

dados e Ranzani possuía 37,8 mil seguidores. A diferença de seguidores pode estar relacionada ao número de tuítes postados por cada um deles, pois o Twitter é uma das redes sociais referência em termos de velocidade. E em um contexto pandêmico, em que as coisas mudavam constantemente e que todos estavam ansiosos para obter informações e atualizações com frequência, o fato de Garrett ter postado mais pode ser um dos fatores que levaram seu perfil a ter um maior número de seguidores.

Outra diferença que verificamos é quanto aos *banners* utilizados por Garrett em alguns de seus tuítes. A divulgadora se apropria de um dos recursos do ecossistema, possibilidade de adicionar imagem, para adicionar *banners* com informações mais objetivas e com a sua “assinatura”. Conforme já mencionado, ela prevê que seu discurso pode ser retuitado e printado e, assim, chegar a mais pessoas e deixa seu nome de usuário nele, para que as pessoas possam saber a fonte da origem do material e encontrá-la, caso assim desejarem.

Sinalizamos, à vista das ponderações realizadas, que a construção da imagem de si dos divulgadores sugere um novo tipo de *ethos* mais humanizado dos cientistas e divulgadores científicos. Em outras palavras, uma vez que Garrett e Ranzani estão realizando, conforme visto nas categorias propostas por Porto e Moraes (2009), divulgação científica independente em suas contas pessoais no Twitter, uma rede social propícia à aparição de fragmentos de intimidade, era esperado que ocorressem mudanças no modo de divulgar ciência e que pudéssemos observar mais elementos da intimidade deles. Além de, claro, ao realizarem movimentos de aproximação do leitor, também contribuem para a construção de um processo de apropriação do conhecimento científico de modo mais dialógico.

Por fim, a partir da lente da Linguística Aplicada, compreendemos que o movimento da DC nas redes sociais, mais especificamente no Twitter, apresenta muitos benefícios para a população que possui conexão à internet, como: acesso rápido à informação, difusão do conhecimento, linguagem acessível e didática, possibilidade de checar a fonte das informações, relação de proximidade entre o divulgador e o escreitor etc. A partir disso, depreendemos que, durante a pandemia – um momento marcado por muitas incertezas e constantes mudanças, quando todos estavam frequentemente buscando por novas orientações –, muitos divulgadores souberam aproveitar o momento e popularizar ciência, nas redes sociais, de um modo acessível e rápido, atingindo boa parte da população e agindo em prol da vida.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para cidadania. **Ciência da Informação**, [s.l.], v. 25, n. 3, dez. 1996. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/639>. Acesso em: 18 jun. 2022.
- AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.
- ANDRÉA, B. da S. **A constituição do ethos e da cenografia nos festivais do circuito baiano da viola**. 2008. Dissertação (Mestrado em Letras e Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística do Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/85cc0>. Acesso: 15 nov. 2021.
- BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Emsantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BELENS, A. de J.; PORTO, C. de M. Ciência e tecnologia, uma abordagem histórica na sociedade da informação. *In*: PORTO, C. de M. (org.). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. p. 23-43. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-02.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2022.
- BENVENISTE, É. **Problemas de linguística geral I**. São Paulo: Editora Nacional, Editora da Universidade de São Paulo, 1976.
- BENVENISTE, É. **Problemas de linguística geral II**. Campinas: Pontes, 1989.
- BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. 1. ed. Editora Vozes: São Paulo, 2019.
- BUENO, W. da C. Jornalismo científico: conceitos e funções. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 37, n. 9, p. 1420-1427, set/1985. Disponível em: <https://biopibid.ccb.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%C3%ADfico-conceito-e-fun%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- CALSAMIGLIA; H.; VAN DIJK, T. A. Popularization discourse and knowledge about the genome. **Discourse & Society**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 369–389, 2004. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926504043705>. Acesso em: 11 dez. 2021.
- CANCELIER, M. V. de L. O Direito à Privacidade hoje: perspectiva histórica e o cenário brasileiro. **Revista Seqüência**, Florianópolis, v. 38, n. 76, p. 213-240, 20 set. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2017v38n76p213#:~:text=Este%20artigo%20tem%20como%20objetivo,extremamente%20sens%C3%ADvel%20%C3%A0s%20altera%C3%A7%C3%B5es%20comportamentais>. Acesso em: 18 jun. 2021.

CARIBÉ, R. de C. do V. Comunicação científica: reflexões sobre o conceito. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 25, n. 3, p. 89-104, set./dez. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/23109>. Acesso em: 18 jun. 2022.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1350/pdf/0?code=HT7vpfLW/ngtQZh5L2RAvgYZTAB+J8/mSb5TUehQ42qmJAqgusY8w0jlvShaJ4duLNEYIIRFVBJgEheTZfqr5Q==>. Acesso em: 28 dez. 2021.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, P. Sobre o discurso científico e sua midiaticização. Tradução de Maria Eduarda Giering e Luciana Cavalheiro. **Calidoscópico**, [São Leopoldo], v. 14, n. 13, p. 550-556, set./dez. 2016. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/cld.2016.143.18>. Acesso em: 29 nov. 2021.

COSTA, A. R. F. da; SOUSA, C. M. de; MAZOCCO, F. Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático. **Conexão – Comunicação e Cultura (UJ. CS)**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p. 149-158, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/624>. Acesso: 03 abr. 2022.

COSTA, L. M.; NÓBREGA, L. B. de; MAIA, C. T. Desinformação nas plataformas: ações de combate adotadas pelo Twitter durante a pandemia da Covid-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 28, n. 3, p. 1-31, jul./set. 2022. Disponível em: <https://grupopreservacao.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Desinformacao-nas-plataformas.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2022.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução de Magda Lopes. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DIXON, S. Countries with the most Twitter users 2021. *In*: Statista. [s.l.], 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

DUCROT, O. *Le dire et le dit*. Paris: Minuit, 1984.

FIORIN, J. L. Linguística e retórica. **Revista Educação e Cultura Contemporânea**, São Paulo, v. 12, n. 28, p. 49-66, 2015. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/reeduc/article/viewArticle/1388>. Acesso em: 05 jan. 2022.

GIERING, M. E; SOUZA, J. A. S. Informar e captar: objetos de discurso em artigos de divulgação científica para crianças. *In*: CAVALCANTE, M.M; LIMA, C.M.C; MARQUESI, S.C. **Referenciação**: teoria e prática. São Paulo: Cortez, 2012.

GOUVÊA, G. **A Divulgação Científica para Crianças**: o caso da Ciência Hoje das Crianças. Tese de doutorado do Programa de Pós-graduação em Educação, Gestão e Difusão em Biociências da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

KEMP, S. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. *In*: We Are Social. [Londres], 30 jan. 2020. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>. Acesso em: 19 ago. 2021.

KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. **Escrever e argumentar**. São Paulo: Contexto, 2016.

KWETE *et al.* Decolonizing global health: what should be the target of this movement and where does it lead us? **Global Health Research and Policy**, [s. l.], v. 7, n. 1, p. 1-6, 24 jan. 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Alessandra/Downloads/s41256-022-00237-3.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2023.

LATOURETTE, B. **Reagregando o Social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Bauru, SP: EDUSC, Salvador, BA: EDUFBA, 2012.

LÉVY-LEBLOND, J.-M. Cultura científica: impossível e necessária. *In*: VOGT, C. (org.). **Cultura científica**: desafios. São Paulo: Edusp, 2006. p. 28-55.

LIMA, M. A. de. **A retórica em Aristóteles**: da orientação das paixões ao aprimoramento da eupraxia. Natal: IFRN, 2011. Disponível em: <https://memoria.ifrn.edu.br/bitstream/handle/1044/1063/A%20reto%CC%81rica%20em%20Aristo%CC%81teles%20-%20Ebook.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 06 dez. 2021.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Organização de Sírio Possenti e de Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Discurso e análise do discurso**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2014.

MAINGUENEAU, D. **Variações sobre o ethos**. Tradução de Marcos Marcionilo. 1. ed. São Paulo: Parábola: 2020.

MARQUES, F. Curtir e compartilhar: uma nova onda de ferramentas digitais causa impacto no modo de trabalhar dos pesquisadores. **Pesquisa FAPESP**, São Paulo, n.

195, p. 32-35, maio 2012. Disponível em: https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2012/05/Pesquisa_195-15.pdf. Acesso em: 07 maio 2022.

MARTINS, M. S. C. Ethos, gêneros e questões identitárias. **D.E.L.T.A.**, [São Paulo], v. 23, n. 1, p. 27-43, 02 out. 2007. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/29579>. Acesso em: 18 jun. 2021.

MEDEIROS, D.; WETERMAN, D.; SANTOS, N. Twitter revê sistema de denúncias após pressão de usuários. **Estadão**, São Paulo, 17 jan. 2022. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,twitter-sleeping-giants-anti-vacinas-malafaia-hang-havan,70003953093>. Acesso em: 24 out. 2022.

MEIRELLES, P. **Principais vozes da ciência no Twitter**: Mapeando a conversa de cientistas e especialistas sobre a COVID-19. Relatório. Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD): Brasília, 2020.

MILLER, J.-A. **Extimidad**. Tradução de Nora González. 1. ed. Buenos Aires: Paidós, 2010. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/extimidad-jacques-allain-millerpdf-4-pdf-free.html>. Acesso em: 06. dez. 2021.

PAVEAU, M.-A. L'écriture numérique. Standardisation, delinéarisation, augmentation. **Fragmentum**, Santa Maria: Programa de Pós-Graduação em Letras, UFn. 48, p. 13-36, 2016.

PAVEAU, M.-A. **Análise do discurso digital**: dicionário das formas e das práticas. Organização de Julia Lourenço Costa e de Roberto Leiser Baronas. 1. ed. Campinas: Pontes Editores, 2021.

PAVEAU, M.-A. Ce qui s'écrit dans les univers numériques: Matières technolangagières et formes technodiscursives. **Itinéraires**, [s.l.], n. 42, p. 1-24, 2015. Disponível em: <https://journals.openedition.org/itineraires/2313>. Acesso em: 31 jan. 2022.

PODER360. **"Tem que todo mundo comprar fuzil, pô", diz Bolsonaro**. [S. l.: s. n.], 27 ago. 2021. 1 vídeo (0 min 36 s). Publicado pelo canal Poder360. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sRaCCqXVQbA>. Acesso em: 10 jan. 2023.

PORTO, C. de M.; MORAES, D. de A. Divulgação científica independente na internet como fomentadora de uma cultura científica no Brasil: estudo inicial em alguns blogs que tratam de ciência. *In*: PORTO, C. de M. (org.). **Difusão e cultura científica**: alguns recortes [online]. Salvador: EDUFBA, 2009, p. 93-112. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-05.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2022.

PRÍNCIPE, E. Comunicação científica e redes sociais. *In*: ALBAGLI, S. (org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. Brasília, DF: IBICT, 2013. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/446/1/Fronteiras%20da%20Ci%C3%Aancia%20da%20Informa%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 07 maio 2022.

ROJO, R. H. R.; MOURA, E. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

SEGANFREDO, G. de F. C.; CHATELARD, D. S. Das Ding: o mais primitivo dos êxtimos. **Cadernos de Psicanálise (CPRJ)**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 30, p. 61-70, jan./jun. 2014. Disponível em: http://cprj.com.br/imagenscadernos/caderno30_pdf/05_Das_Ding_o_mais_primitivo_dos_extimos.pdf. Acesso em: 06 dez. 2021.

SPAGNUOLO, S. **Um ano de discussões científicas no Twitter**: avaliando o impacto da divulgação científica na pandemia. Relatório. Science Pulse: Local, 2021.

TISSERON, S. Intimité et extimité. *In*: **Communications**. [s./l.]: Le Seuil, 2011, p. 83-91. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-83.htm>. Acesso em: 15 dez. 2021.

TWITTER. Política de mídia sintética e manipulada. Twitter: Central de Ajuda, [s. /l.], 2022. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/medical-misinformation-policy>. Acesso em: 25 nov. 2022.

VOGT, C. (org.). **Cultura científica**: desafios. São Paulo: Edusp, 2003.

VOGT, C. Introdução. *In*: PORTO, C. de M.; BROTAS, A. M. P.; Bortoliero, S. T. (org.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica**: leituras contemporâneas. Salvador: EDUFBA, 2011. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/y7fvr/pdf/porto-9788523211813.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2022.

ZAMBONI, L. M. S. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica**: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. 1. ed. Campinas: Autores Associados, Fapesp, 2001.