

VI SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA XXIV SEMANA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA URCA

13 a 17 de Dezembro de 2021

Tema: “Centenário de Paulo Freire: contribuição da divulgação científica e tecnológica em defesa da vida, da cidadania e da educação”

ETHOS DISCURSIVO: A PERSUASÃO E O CHARLATANISMO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

Cristiana Maria Ferreira da Silva Lima¹, Marcos de França²

Este trabalho pretende analisar como o *ethos* discursivo está presente na venda de medicamentos que prometem “curas milagrosas”, particularmente os indicados para o tratamento do novo coronavírus divulgados nas mídias sociais no ano de 2020. Na internet, médicos e falsos médicos começaram a disseminar receitas para prevenir a população do coronavírus. Para uma melhor persuasão, as “celebridades” da internet usam de toda uma cena para apresentar/vender seus produtos e constroem uma imagem de si, um *ethos*, capaz de convencer a pessoa a comprar tal produto investindo na sua postura, na produção que fazem em torno de uma publicidade e nas possíveis soluções que são apresentadas. Para a análise do *corpus*, nos embasamos teoricamente em Amossy (2008), França (2018), Lefevre (1991), Maingueneau (2014, 2015, 2020), Porter (1997), entre outros. Nesta pesquisa, procuramos entender como a linguagem persuasiva é construída e, para que isso fosse possível, era necessário, primeiro, uma noção de *ethos* discursivo, haja vista que é o embasamento da pesquisa. Assim, nos ancoramos em um arcabouço teórico-metodológico da Análise de Discurso, em sua vertente enunciativa-discursiva. Em seguida, abordamos os termos sociais utilizados pelos charlatões e a sua linguagem relativamente simples como meio de persuasão. Na sequência, tratamos de maneira simplificada como os enunciados se constroem na *web* e, por fim, analisamos as postagens/vídeos sobre a possível cura/prevenção do coronavírus. Por fim, o trabalho revelou que a construção da imagem que os médicos e falso médico criaram sobre os medicamentos conquistou alguns consumidores, haja vista o contexto analisado, e que, mesmo sem uma comprovação científica da eficácia dos medicamentos, os charlatões conseguiram (e ainda conseguem) induzir o consumidor por meio de uma cena enunciativa.

Palavras-chave: *Ethos*. Charlatanismo. Coronavírus.

¹ Universidade Regional do Cariri, email: cristiana.lima@urca.br

² Universidade Regional do Cariri, email: marcos.franca@urca.br