

Artigo / Article

O ensino da escrita-argumentativa voltada para a redação do Enem no canal digital do Youtube *Luma e Ponto*: textualidades seriadas e discurso

The teaching of argumentative writing focused on the Enem essay on the YouTube channel Luma e Ponto: serialized textualities and discourse

Michel Luís da Cruz Ramos Leandro 

Universidade de São Paulo, Brasil
mic.leandro@yahoo.com.br
<https://orcid.org/0000-0002-1426-7270>

Soraya Maria Romano Pacífico 

Universidade de São Paulo, Brasil
smrpacifico@ffclrp.usp.br
<https://orcid.org/0000-0002-2973-3254>

Recebido em: 07/04/2023 | Aprovado em: 26/07/2023

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar algumas *playlists* do canal do Youtube *Luma e Ponto* e, também, um dos vídeos dessas *playlists* intitulado “Como escrever redação mais rápido”, a fim de interpretar de que modo esse site de compartilhamento produz significação, materializada por uma textualidade em série (Dias, 2019), transformando o olhar em trabalho (Bucci, 2021). Para isso, utilizou-se o referencial teórico da Análise de Discurso materialista, a partir do *corpus* selecionado, para fundamentar nossa interpretação de como a escrita-argumentativa, em especial, a redação do Enem, é discursivizada pelo sujeito-youtuber, sabendo que é na articulação da língua com a história que o discurso se materializa. Desse modo, observou-se que a organização das *playlists* do canal analisado leva a uma formação discursiva que sustenta a redação do Enem no ideário da técnica/modelo/rapidez em que a escrita é tida como mercadoria e o ensino se configura como capacitação (Orlandi, 2017), impedindo que a argumentação seja reconhecida como prática de linguagem (Piris, 2020) e direito (Pacífico, 2016).

Palavras-chave: Escrita • Argumentação • Ensino • Sujeito • Youtube

Abstract

The purpose of this article is to analyze some playlists on the Youtube channel *Luma e Ponto*, and also, one of the videos from these playlists entitled “*How to write essays faster*”, in order to interpret how this sharing site produces meaning, materialized by a serial textuality (Dias, 2019), transforming the gaze into work (Bucci, 2021). For this purpose, based on the selected corpus, we used the theoretical framework of Materialist Discourse Analysis to underpin our interpretation of how argumentative writing, especially the Enem essay, is discursively constructed by the YouTuber-subject, acknowledging that it is in the articulation of language with history that discourse materializes. In this way, it was noted that the organization of the channel’s playlists analyzed leads to a discursive formation that supports the writing of Enem in the ideals of technique/model/speed, in which writing is considered a commodity and the teaching of writing is configured as capacitation (Orlandi, 2017), preventing argumentation from being recognized as language practice (Piris, 2020) and a right (Pacífico, 2016).

Keywords: Writing • Argumentation • Teaching • Subject • Youtube

Considerações iniciais

“Daquilo que eu sei/ Nem tudo me deu clareza/ Nem tudo foi permitido/ Nem tudo me deu certeza”. (Canção: Daquilo que eu sei, compositor Ivan Lins).

Dias (2019, p. 56) argumenta que “o digital ressignificou o sentido em sua materialidade, naquilo que concerne às relações históricas, sociais e ideológicas dos processos de significação”, isso significa que essas ressignificações podem ser observadas em instâncias da vida prática e nos modos de produção dos sujeitos. No que diz respeito ao *corpus* deste artigo, observa-se que os canais do Youtube, em especial aqueles voltados para o ensino e a divulgação de conteúdos escolares, provocam outras formas de sociabilidade e de acesso aos saberes que, neste caso, está mais para aquilo que Orlandi (2017) designa de informação (via da capacitação) do que para o conhecimento (via da formação).

Além disso, sabe-se que o capitalismo contemporâneo tem passado por mutações, então, se antes as mercadorias corpóreas (alguma coisa com utilidade prática) eram o foco, agora, passam a segundo plano, pois o que assume o seu lugar são “os signos, sejam eles imagens, sejam palavras” (Bucci, 2021, p. 21), isso significa que “o capital aprendeu a fabricar discursos (...) as imagens, os signos e os discursos têm valor de troca” (Bucci, 2021, p. 21-22).

Neste sentido, Bucci (2021) argumenta que o capital, hoje, explora a força de trabalho, mas, também, o olhar, ou seja, o olhar como trabalho, não naquilo que os olhos podem ver, mas, sobretudo, naquilo que o olhar produz. Isso se liga, a nosso ver, ao objeto da Análise de Discurso materialista, o discurso, entendido como efeito de sentidos entre interlocutores, visto que, “a ação de olhar, mais do que ver isso ou aquilo, é tecer um sentido para isso e aquilo”

LINHA D'ÁGUA

(Bucci, 2021, p. 22); assim, partimos do pressuposto de que a plataforma de compartilhamento de conteúdos digitais Youtube trabalha para que os seus canais e vídeos produzam (fabriquem, diria Bucci) sentidos valorizados pelo mercado.

É na relação entre texto e discurso, não como oposição, que pensamos o texto a partir da materialidade do discurso digital; a materialidade digital que não deve ser entendida como suporte digital, mas um processo de significação que ocorre no digital na “forma material” de texto. Neste sentido, o texto no digital desloca a noção tradicional (começo, meio e fim) para dar lugar a um texto em constante expansão horizontal; por causa disso, compreendemos que o conceito de “textualidades seriadas”, formulado por Dias (2018), é fundamental para este artigo quando nos dispomos a analisar o modo como os canais do Youtube são textualizados e produzem sentidos sobre o ensino da argumentação.

É importante dizer que, para a Análise de Discurso, daqui para frente AD, o texto pode ser tanto oral ou escrito e até mesmo não verbal, então, quando pensamos em texto, o concebemos a partir da sua materialidade (forma, marcas, vestígios) e a sua historicidade significante e significada (Orlandi, 2012), o que implica ir além da compreensão de texto como “documento” ou “ilustração”, pois, para o analista de discurso, o texto, com sua unidade imaginária, manifestada pela materialidade discursiva, oferece “um excelente observatório do funcionamento do simbólico” (Orlandi, 2012, p. 12).

Na perspectiva discursiva, o texto não expressa “o que o autor quis dizer”, enunciado tão presente nas atividades escolares, mas dá indícios de como o autor pratica significações. Isso significa que, de acordo com Orlandi (2012), não é em um ponto do texto que a ideologia aparece e/ou está presente, mas, sim, na sua formulação e no seu efeito discursivo (interpretação, formação discursiva, ideologia).

A formulação, segundo Orlandi (2012), é a atualização, é a textualização da memória. Neste sentido, não há significações sem textos, a AD não compreende o texto empiricamente, mas como unidade imaginária que, por meio da análise, faz intervir a ideologia. Assim, “saber como se elabora um texto é saber elaborar teoricamente novas formulações que hoje se produzem. Novas formas de textualidade. Em novos contextos de realizações, ou seja, como se diz em análise de discurso, novas condições de produção” (Orlandi, 2012, p. 15).

Assim, o objetivo deste artigo é analisar as *playlists* do canal do Youtube *Luma e Ponto*, investigando de que modo essas *playlists* se configuram como textualidades seriadas (Dias, 2019), que produzem discursos sobre a escrita-argumentativa, em especial voltada para o ensino da redação do Enem. Além disso, também buscamos analisar de que modo a argumentação é discursivizada em um vídeo retirado de uma dessas *playlists*, intitulada “Como escrever redação mais rápido”, publicado em 01 de setembro de 2022, com 7.452 visualizações, 915 curtidas, 54 comentários e com duração de 07:45 minutos¹. A seleção das *playlists* e do vídeo foram feitas

¹ Dados coletados em 02 de março de 2023.

com base na observação da especificidade do digital, configurada em números, investida não apenas no alcance de seguidores e de visualizações dos vídeos disponibilizados no canal, mas, também, no viés da velocidade, em que tempo é fundante no digital e, também, na fabricação de discursos que colocam a escrita-argumentativa como mercadoria.

A escolha das *playlists* a serem analisadas foram selecionadas com base no seguinte questionamento: de que modo o canal *Luma e Ponto* organiza (textualiza) os conteúdos disponíveis na plataforma? O que essa organização diz sobre o ensino da escrita-argumentativa voltada para os critérios da redação do Enem no Youtube? Além disso, o vídeo selecionado foi feito apoiado em uma formação discursiva recorrente nos vídeos do canal: trata sobre o “como fazer”, isto é, dicas, “macetes”, “fórmulas”, “técnicas”, “métodos”, orientações voltadas para a produção da redação do Enem. Assim, apresentaremos, a seguir, a fundamentação teórica e a metodologia deste trabalho acadêmico para, depois, debruçarmo-nos nas análises do *corpus*.

1 Os canais do Youtube e as textualidades seriadas: fundamentação teórica e metodologia

É preciso ressaltar que, para a AD, compreendemos a noção de sujeito como uma posição discursiva e o conceito de ideologia como mecanismo de naturalização de sentidos. Portanto, cabe ao analista de discurso se colocar em “uma posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentido em suas condições” (Orlandi, 2015, p. 59). Assim, o analista constrói o seu dispositivo analítico em prol dos materiais de análise que compõem o seu *corpus*; por sua vez, todo discurso parte de um processo discursivo amplo em que o analista faz um recorte. No nosso caso, trata-se de analisar as *playlists* do canal *Luma e Ponto* e o vídeo intitulado *Como fazer redação mais rápido*², em busca de investigar como esses canais se textualizam em séries produzindo discursos e sentidos sobre a escrita-argumentativa.

É por meio do texto que o analista acessa o discurso, compreendido como efeito de sentidos entre locutores; o texto não como um “dado” linguístico, mas como “fato” discursivo, pois o que nos interessa é “como o texto organiza a relação da língua com a história no trabalho significante do sujeito em sua relação com o mundo” (Orlandi, 2015, p. 67). Em um texto, podemos encontrar várias formações discursivas que se organizam em detrimento de uma dominante. Assim, cabe ao analista investigar como um texto produz sentidos, o que “implica saber tanto como ele pode ser lido, quanto como os sentidos estão nele” (Orlandi, 2015, p. 70).

A partir dessas considerações sobre o referencial teórico da AD, ao refletirmos sobre as novas formas de textualidades, provocadas pelo digital, compreendemos, a partir de Dias (2018), que há uma discursividade digital que se realiza por meio das condições de produção

² O vídeo foi publicado em 1 de setembro de 2022 e obteve 7.300 visualizações e 53 comentários. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vshva4Ez8Iw>. Acesso em 19 de mar. de 2023.

da chamada “cultura de séries”. A autora defende que forma, contexto e consumo constituem a “cultura de séries”, o que, na teoria discursiva, pode ser denominado de “forma material”, em que a noção deste conceito parte do sentido dado por Orlandi (2012) que concebe a língua em movimento, na sua história. Deste modo:

Se tomarmos como exemplo de deriva a palavra série, vemos que, na relação com a produção audiovisual das décadas de 60 a 90, há uma deriva de sentido, sobretudo pela convergência tevê-internet. Nas décadas passadas, esse tipo de produção audiovisual era mais conhecido, no Brasil, como seriado, e podia ser visto, exclusivamente, pela televisão; hoje, ao dizermos “série”, os sentidos que se produzem estão inscritos numa produção americana em larga escala, e de outros países em menor escala, mas não menos significativa, de séries para televisão, mas que não se limitam a uma circulação televisiva, uma vez que podem ser “baixadas” ou vistas online. Mas há também produções feitas para e por plataformas digitais, como a Netflix, as “séries Netflix”. A estrutura das séries é mais ou menos a mesma, são estruturadas por “temporadas” e compostas por episódios. Essa deriva do sentido de “série” não se dá apenas pela mudança ou ampliação das plataformas nas quais as séries podem ser vistas, mas por todo um discurso das séries inscrito nas condições de produção do digital e das tecnologias digitais pelos serviços de plataformas (Dias, 2019, p. 58).

Há, segundo Dias (2019), um deslizamento de sentidos para “série” que não fica preso apenas à significação de seriado televisivo, pois, nas condições de produção do digital e das tecnologias digitais, “série” pode fazer surgir outros sentidos: de um lado, a paráfrase (repetição) – a série, a série de tv –; de outro, o deslocamento (polissemia) – séries online, séries da Netflix, séries de vídeos do Youtube. Nisso tudo, sabemos que as distintas possibilidades de leitura – o sentido sempre pode vir a ser outro, a falha, o equívoco, por causa da relação da língua com a história – são constitutivas da discursividade, visto que “o texto vai-se abrir para as diferentes possibilidades de leituras que mostram que o processo de textualização do discurso se faz com ‘falhas’, com ‘defeitos’” (Orlandi, 2012, p. 64), a isso designamos de equívoco.

Nessa perspectiva, os efeitos de sentido da cultura das séries se textualizam, também, na forma como os vídeos dos canais do Youtube são organizados na plataforma: por meio das *playlists*. Observa-se que os canais do Youtube trabalham a partir de uma materialidade digital que busca chamar a atenção dos sujeitos-internautas.

Na apresentação do canal, o sujeito-youtuber discursiviza ao sujeito-internauta o propósito do canal: ensinar a redação do Enem. Há uma descrição rápida contendo apenas informações para contato com o sujeito-youtuber ou enunciados com efeitos mercadológicos, “900+ na redação do Enem” (canal Luma e Ponto), em que a base da constituição do processo de ensino-aprendizagem, por meio dos canais do Youtube, traz a possibilidade da significação por meio da circulação, isto é, compartilhamento dos vídeos. Além disso, a descrição do canal possui o tópico “Estatísticas” que traz a informação sobre a data de início em que o canal foi produzido e o número de visualizações até aquele momento; é a “vida em números”, como argumentado por Dias (2018), em prol da “captura do olhar”, a fim de “seduzir o sujeito e atraí-lo para as telas e as teias digitais” (Bucci, 2021, p. 25). No caso do canal aqui analisado, ele foi

criado em 19 de maio de 2017 e obteve 7.939.305 milhões de visualizações, conforme pode ser observado abaixo:

Figura 1. Apresentação descritiva do canal *Luma e Ponto* do Youtube



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/c/Lumaeponto/about>. Acesso em 17 de mar. de 2023.

A menção do sujeito-youtuber no que se refere à sua formação acadêmica não aparece na descrição do canal. Julgamos a informação sobre a formação acadêmica do produtor do canal importante porque o fato de não trazer em suas descrições se os sujeitos-youtubers possuem ou não formação superior, em especial na área da Educação e Letras, confirma que, na plataforma do Youtube, o conteúdo divulgado pode ser feito por qualquer um, o que provoca uma formação imaginária de que qualquer um pode ensinar conteúdos escolares no digital, com ou sem formação em nível superior. Ainda que não apareça essa informação na apresentação do canal, no vídeo que iremos analisar, o sujeito-youtuber se apresenta como um sujeito que possui graduação em Letras e mestrado em Linguística.

Além disso, a “comercialização do olhar” (Bucci, 2021), na busca de retroalimentar o funcionamento do digital (os algoritmos), produz estratégias para que o sujeito-internauta seja seduzido para a tela: há uma avaliação nos canais do Youtube em que os sujeitos-internautas podem curtir, comentar, seguir ou não a página visualizada e isso é um modo de movimentar “a vida” no digital, fazendo com que o sujeito-youtuber seja um prestador de serviços refém dos *likes*. Assim, na medida em que os canais não atendem às demandas dos seus seguidores, eles podem ser descartados da mesma maneira em que foram consumidos. Ademais, planejar o vídeo, gravar, editar, acompanhar o número de visualizações, entre outros fatores, também demonstram que o espaço digital funciona sob a lógica do capital da imagem (Bucci, 2021), produzindo, assim, valor de troca, pois:

LINHA D'ÁGUA

(...) O sujeito não pede mais um valor de uso para resolver uma necessidade, mas um objeto para dar cabo de seu desejo. A “necessidade”, quando aparece, aparece como pretexto. O uso a que se presta a mercadoria, sua utilidade prática, não está mais em questão: o que conta agora é o significado do imaginário que esse uso represente ao sujeito. Por isso, antes de ser coisa, a mercadoria precisa ser imagem ou signo (...) Podemos pensar o Imaginário como o universo de signos (não os significantes soltos, mas os significantes associados e significados) a partir dos quais os sujeitos se conectam a identificações que os atendam de algum modo (Bucci, 2021, p. 26-27).

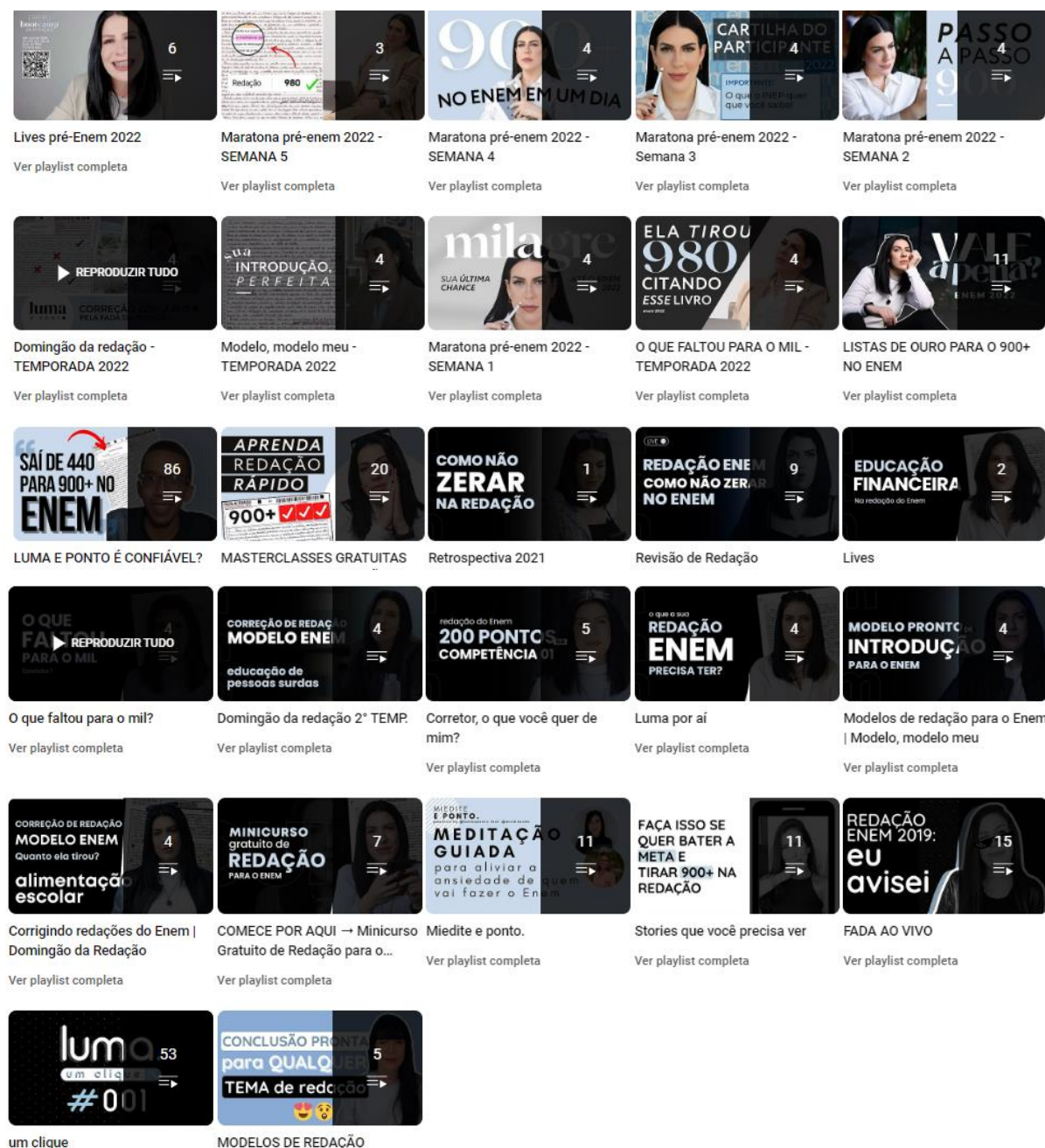
Apesar de Bucci (2021) falar de outro lugar, não o da AD, consideramos a sua tese sobre a “fabricação do olhar” como uma contribuição interessante para a nossa discussão, pois nos ajuda a observar que, por exemplo, um canal do Youtube que se presta a ensinar a redação do Enem, antes, precisa se render ao jogo discursivo dos algoritmos, “como uma condição de produção político-ideológica do discurso, como condição e meio de produção e reprodução das formas de existência capitalistas” (Dias, 2018, p. 28), em que os vídeos do Youtube são e/ou precisam se tornar o “objeto” de desejo do sujeito-internauta. Assim, no caso, o sujeito-internauta que navega em busca de conteúdos sobre a redação do Enem, muitas vezes sem saber, depara-se com um conteúdo sobre a escrita-argumentativa concebida como mercadoria, o que é construído pelo modo como essa escrita é significada nestes canais da plataforma.

Nesse sentido, compreendemos que o sujeito-youtuber tem a ilusão de que apenas compartilha o seu conhecimento com os sujeitos-internautas, quando, também, sustenta a lógica digital da quantidade (vídeos), pelo modo de circulação dos seus vídeos, produzindo valor mercadológico. Então, neste caso, o conteúdo da plataforma, que simula ser um escolar, na verdade, não tem nada de gratuito, visto que o sujeito-internauta, para ter acesso aos vídeos, precisa se render à dinâmica digital que funciona por meio da quantidade das visualizações, tornando o conteúdo compartilhado mercadoria, cujo lucro não se reduz apenas a uma questão monetária, mas, sobretudo, de poder, ao ter acesso a todos os rastros deixados pelos sujeitos-internautas no digital. Desse modo, o sujeito-youtuber produz conteúdos que buscam ensinar a argumentação voltada para o Enem com o objetivo de “fisgar” o sujeito-internauta para essa textualidade, constituindo um efeito-leitor a partir dessas condições de produção do digital, portanto, torna-se um campo de questões imprescindível para o analista de discurso.

2 Uma análise discursiva das *playlists* dos canais do Youtube: repetição e regularidade

O ponto crucial que nos chama a atenção no canal selecionado são as *playlists*, isso porque elas se textualizam em séries e produzem discursos e sentidos sobre a escrita argumentativa, em especial, a redação do Enem, levando o sujeito-internauta a uma forma material específica de acesso a esse conteúdo, o que pode ser observado a seguir:

Figura 2. Playlists do canal Luma e Ponto



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/c/Lumaeponto/playlists>. Acesso em 17 de mar. de 2023.

Para as análises das *playlists*, temos buscado pensar a tecnologia para além da sua rigidez, utilidade e acessibilidade, mas, sobretudo como linguagem (textualidade) (Dias, 2020). O texto, conforme a teoria discursiva, está junto da sua exterioridade, portanto, é pelo discurso que é possível observar o contato entre língua e ideologia, em que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua (Orlandi, 2015). O texto é, então, o lugar material em que se produz sentidos por meio de uma unidade imaginária, na relação entre os sujeitos e os sentidos.

LINHA D'ÁGUA

Desse modo, as *playlists* são vistas por nós como texto e não apenas dados a serem analisados por meio de uma análise de conteúdo. As *playlists*, como textualidade, produzem sentidos no digital. Isso porque entendemos que o modo como as *playlists* estão organizadas, nos canais analisados, implicam uma textualidade seriada do tipo aberta:

Uma textualidade seriada se constitui por uma sequência de textualidades dispersas, mas ligadas por um traço comum, que faz série. Esse traço pode ser linguístico, temático, imagético, de formato, performático, icônico (hashtag), técnico (thread) etc. A série pode ser fechada ou aberta. Na fechada, algo marca o fim da série. Já a série aberta é aquela que não tem essa marcação. Ambas se constituem por uma textualidade sempre a ser expandida, mas que se encerra em si mesma, podendo ser lida individualmente. Não há necessidade de ser “completada”. A incompletude constitui textualidade no âmbito da série (Dias, 2020, p. 120).

A textualidade seriada é o todo, isto é, o que diz o conjunto daquela textualidade que se constitui pela seriação. Nas *playlists*, alguns traços que marcam essa textualidade seriada são os títulos que sintetizam um conjunto de vídeos que abordam um tema em comum, inseridas junto com as imagens dispostas em um formato específico. São títulos curtos, com ou sem uso de *emojis e hashtags*, que procuram chamar a atenção do sujeito-internauta e, mesmo que os títulos sejam diferentes para cada vídeo, eles em si marcam uma regularidade em sua disposição na tela.

Ao clicar na *playlist*, os vídeos que compõem aquele arquivo são dispostos em uma ordem, pode ser uma ordem cronológica em relação às datas de postagem dos vídeos, pode ser uma ordem que procura organizar o conteúdo disposto em uma linearidade imaginária do conhecimento, pode ser uma ordem em relação aos vídeos que tiveram mais visualizações comparados aos que tiveram menos, pode ser uma ordem simplesmente temática. Ademais, cada vídeo possui uma descrição que pode ser a mesma ou não para os outros vídeos. Toda a “organização” deve produzir um efeito de unidade para o sujeito-internauta, a saber, fazê-lo lembrar-se de que se trata de um canal com uma proposta específica de conteúdo produzida pelo sujeito-youtuber.

Essa organização das *playlists* – em que um conjunto de vídeos compõe uma *playlist* – leva-nos a compará-las com o livro didático, como se cada *playlist* fosse uma unidade/capítulo do livro didático. Observa-se um funcionamento discursivo dos canais, que leva o sujeito-internauta a se submeter a um discurso que, pelo poder, é exercido na produção da verdade, isto é, “um discurso de verdade é aquele que ilusoriamente se estabelece como lugar de completude dos sentidos” (Grigoletto, 1999, p. 67-68). Por ser assim, o caráter homogeneizante das *playlists* pode imaginar um sujeito-internauta que faça uma leitura parafrástica, o que contribui para um efeito de uniformização, em que os conteúdos dos vídeos passam a ser vistos como “naturais”, cujos sentidos estão estabelecidos pelo sujeito-youtuber, neste caso, sobre como obter a nota máxima na redação do Enem. Tudo ali – nas *playlists* – cria um efeito de algo pronto para ser consumido. O sujeito-internauta pode interagir por meio do comentário ou apenas “curtindo” o

vídeo, pode ainda tornar-se um seguidor do canal, mas não tem um espaço discursivo dialógico com o sujeito-youtuber, como tem o aluno com o professor, na sala de aula.

Vale ressaltar que o que constitui as *playlists* como textualidades seriadas não é necessariamente a linguagem, o formato, a temática, os ícones apenas, mas o seu *traço transversal* (Dias, 2020), isto é, a textualidade seriada não ocorre de modo empírico, mas pela relação com a memória digital, constituída pela memória discursiva e pela memória metálica, na relação entre algoritmo e ideologia. Desse modo, a partir do conceito de “formações algorítmicas” de Ferragut (2018), Dias (2020) compreende que a memória digital é a que rege a relação do sujeito, justamente, com as “formações algorítmicas”, assim:

(...) Em outros termos, a textualidade seriada se constrói, por um lado, por um traço comum repetível, estável, facilmente reconhecido no interior de uma formação discursiva, que tende a manter a série pela conservação do conjunto do contexto. Por outro lado, a textualidade seriada se constrói pela substituição de um ou mais elementos do conjunto do contexto – o efeito metafórico – que ao variar a superfície do texto, produz um discurso diferente (Dias, 2020, p. 123).

Se, por um lado, há um traço comum repetível em todas as *playlists* do canal – todas vão em direção a discursivizar a redação do Enem como “segredo” e “técnica” –, por outro lado, elementos como “A fada da redação”, “meditação para redação”, *emojis*, *hashtags* são exemplos da produção de discursos outros que procuram criar um efeito de sentido acerca da subjetividade do canal, pois, assim como ocorre nos canais de televisão aberta, no Youtube também é preciso trabalhar o mesmo (paráfrase), procurando trazer o diferente (polissemia), a fim de conquistar, “pescar”, seguidores com o discurso da “novidade” do conteúdo produzido e compartilhado.

Outro modo de observar o efeito metafórico dos vídeos acreditamos ser por meio dos comentários dos sujeitos-internautas, pois é ali que o discurso se torna poroso, em que a possibilidade do desvio, do furo, é constante. Os andaimes do edifício discursivo para Pechêux (2014) são três: o real sócio-histórico, a base material significativa, o sujeito dividido. Os andaimes podem ser pensados “como os sinais de contradições que trincam as paredes da construção e deixam entrar outras formas-sujeito, outros rituais de interpelação que vão minando a resistência da dominação” (Ferreira, 2019, p. 23). A possibilidade dada pela plataforma virtual ao sujeito-internauta de poder comentar sobre o vídeo visualizado é algo arriscado, porque coloca a tensão entre paráfrase e polissemia, cuja direção dos sentidos nem sempre pode ser domesticada pelo sujeito-youtuber, afinal, o sentido sempre pode vir a ser outro (Orlandi, 2015).

Observa-se, neste canal, a recorrência da discursivização da escrita e da argumentação na formação discursiva do “modelo”. Expressões como “ir bem na redação”, “faltou para o mil”, “modelo de redação”, mais uma vez, reforçam uma formação discursiva sobre a escrita e a argumentação como um saber a ser “revelado” ou uma “técnica” a ser buscada. O discurso da “falta” nos chama a atenção porque é por meio disso que o sujeito-youtuber imagina “pescar”

seguidores (sujeito-internautas) para o seu canal virtual. Assim, observa-se que a argumentação não é concebida como uma prática social de linguagem (Piris, 2021), pois não favorece a prática discursiva da argumentação, tampouco, contribui para processos de reflexão e produção do conhecimento (Azevedo; Santos; Calhau; Leal; Piris, 2023), o que impede o direito à argumentação (Pacífico, 2016). Sobre isso, Piris (2020, p. 30) argumenta que a obrigação da redação nos vestibulares fixou estruturas e modelos considerados como exemplos de boas redações, tornando-se uma prática comum nas escolas brasileiras “desde 1977, cuando el Decreto brasileño nº 79.298 del 24 de febrero de 1977 obligó a las instituciones federales a incluir, en sus exámenes de ingreso a la universidad, la prueba de redacción en lengua portuguesa”.

Um outro destaque que queremos dar são para as *playlists* “Meditate e Ponto” e “Fada Ao Vivo”. A primeira *playlist* compõe um conjunto de onze vídeos em que os sujeitos-internautas são convidados a “meditem”, a fim de “relaxarem” para conseguirem se concentrar nos estudos. Segundo o sujeito-youtuber, a “mente nem sempre colabora”, por isso, a meditação serve como uma ferramenta para que o sujeito-internauta possa buscar “calma”, “tranquilidade”. Se, por um lado, pode ser interessante a estratégia de trabalhar a meditação como um recurso que ajudará o sujeito-internauta a lidar com seus sentimentos e emoções, por outro lado, há um apagamento do político, isto é, silencia-se que um número grande de estudantes não possuem sequer lugar adequado para estudar em suas casas, muitos, inclusive, vivenciam diversos tipos de violência em seus domicílios, entre outros fatores que compõem as condições de produção discursivas (Pêcheux, 2014), então, questionamos: “Como o sujeito pode meditar diante de condições de existência tão adversas?”. Outro fator importante é que a meditação deve servir, de acordo com o sujeito-youtuber, para “perder o medo da folha em branco” e “ajudar a conquistar 900+ na redação”, isto é, a meditação serve para que o sujeito-internauta tenha mais produtividade, ideologia que é também sustentada no meio empresarial. Então, como unir meditação e argumentação? Ao nosso ver, o utilitarismo da meditação pode levar o sujeito a silenciar o político que há no exercício da argumentação.

O sujeito-youtuber, em diversos vídeos, autodenomina-se de “A fada da redação”, o que nos remete aos contos de fada e ao discurso do “segredo” da escrita, como se esse sujeito trouxesse para o sujeito-internauta a “fórmula/poção mágica” da redação nota mil. Em muitas descrições dos vídeos, o sujeito-youtuber intensifica o sentido de “fada, magia” por meio de um acróstico:

Recorte 1: Vale lembrar que por aqui a análise da redação do Enem também é feita com A.M.O.R.

🧚 Não sabe como funciona? Eu te explico. Por aqui, a gente:

- A - Aponta o erro
- M - Mostra o problema
- O - Orienta a solução
- R - Reconhece o seu progresso

O acróstico junto com o *emoji* (imagem de uma fada) possuem um forte teor persuasivo, pois ambos evidenciam uma “marca” (marketing) do sujeito-youtuber: o ensino da redação

“com amor, em um passe de mágica”. O sujeito-youtuber, na trama do digital, formula um discurso sobre o saber que se apoia na “pedagogia do amor” e isso traz implicações para a profissão docente. É recorrente a formação discursiva dominante de que para ser professor é preciso “amar” a docência. A discussão sobre a “pedagogia do amor” na academia é perpassada por pesquisadores que refutam um sentido de “amor” esvaziado politicamente. Entendemos que o sujeito-youtuber não demonstra um compromisso teórico, pois há uma vulgarização do conhecimento investido por um discurso que se quer lúdico, atrativo, capaz de “pescar” seguidores/consumidores dos cursos online: o discurso sobre a redação do Enem não consegue escapar da circularidade: Segredo – Técnica (poção mágica) – Aplicação. Tudo, em prol de uma *redação-design* (esse é o passe de mágica), sustentado nos modelos prontos divulgados pelos canais.

Vale ainda ressaltar que o acróstico, conteúdo tradicional escolar, no digital funciona como um discurso lúdico, o que pode provocar um efeito de sentido de criatividade, isto é, não funciona, discursivamente, como o acróstico que é ensinado na escola como conteúdo escolar, justamente por circular em outro espaço. No entanto, ainda assim, não deixa de ser um conteúdo escolar materializado no digital, portanto, não é porque está no digital, o acróstico, que se constitui como uma “nova” maneira de ensino de redação.

No vídeo *Como fazer redação mais rápido*, o sujeito-youtuber discursiviza sobre a escrita-argumentativa no ideário da velocidade. Na legenda do vídeo, o sujeito-internauta se depara com o seguinte enunciado: “Se você leva 2, 3, 4 dias para fazer uma redação esse vídeo é para você”, discurso que captura o olhar do sujeito-internauta e o leva para uma formação discursiva de que fazer redação não é algo trabalhoso. Além disso, diante das condições de produção da redação do Enem, em que o exame disponibiliza 01 (uma) hora para a produção da redação, condiz com o propósito do vídeo: discursivizar como produzir uma redação com mais rapidez. A partir desse objetivo, o sujeito-youtuber inicia o vídeo (é possível acessar ao vídeo pelo QR Code indicado logo abaixo do recorte transcrito) do seguinte modo:

Recorte 2: Como fazer redação mais rápido? Se você leva duas, três, quatro, cinco, seis horas, às vezes três dias pra fazer uma redação, esse vídeo é pra você. Eu sou a Luma, sou formada em Letras, mestre em Linguística, criadora do **método LP** e mais conhecida como a “Fada da redação”, por levar milhares de pessoas do absoluto 0 ao 900+ em **quarenta minutos sobre qualquer tema**. Eu sei que parece bom demais para ser verdade: “meu deus! quarenta minutos Luma fazendo uma redação?” Sim! Não é à toa que me chamam de “**Fada da redação**”. (...) eu estou muito empolgada pra responder essa pergunta porque essa é uma das maiores dúvidas que eu recebo (...). (grifo nosso).



O sujeito-youtuber, no efeito da transparência do dizer, formula o seu discurso a partir das condições de produção e circunstâncias do digital, que se sustenta no discurso da rapidez. Destacamos que o sujeito-youtuber busca a valorização da imagem de si – formada em Letras e mestre em Linguística e, também, “a Fada da Redação”, formulações que vão em direção dos

modos performáticos de ser e estar no mundo segundo a lógica do mercado, afinal, é preciso vender uma imagem, conseqüentemente, um discurso sobre a escrita-argumentativa. Neste caso, ao mesmo tempo em que, por um lado, há o discurso da formação – Letras e mestrado em Linguística –, por outro, o que funciona no digital é a nomeação “Fada da Redação”, pois é nessa sustentação discursiva que o sujeito-youtuber comercializa o seu “Método LP”, isto é, um método de ensino e produção de redação que leva a nomeação do canal “Método Luma e Ponto”. O efeito do termo “Ponto” ressoa sentidos de algo fechado, pronto e pré-definido, isto é, trata-se de um modo de ensino de redação que procura levar o sujeito-internauta em direção de um *redação-design*.

A argumentação é discursivizada por meio da formação discursiva do método, esse capaz de levar o sujeito-internauta a alcançar 900+ na redação do Enem, no tempo de quarenta minutos e, ainda, sobre qualquer tema. O sujeito-internauta passa a estudar sobre a escrita-argumentativa em uma plataforma digital, o que pressupõe outros manejos de estudo em relação ao livro impresso, assim, “o ideal a ser alcançado não se baseia na disciplina e na culpa, mas nos recursos próprios de cada um e na iniciativa individual” (Sibilia, 2012, p. 102), ou seja, o sujeito-internauta que se dispuser a seguir o Método LP, certamente, conseguirá alcançar o resultado: 900+.

No caso de o sujeito fracassar no resultado de uma nota alta na redação do Enem, provavelmente, isso será interpretado como se ele não tivesse seguido corretamente o passo a passo, assim, a possibilidade de desnaturalização dos sentidos de eficiência, rapidez e “magia” do método torna-se algo muito difícil, pois pelo discurso do método há a tentativa de manter os sentidos estabilizados, impedindo que outras formas de significação apareçam, ainda mais quando o sujeito-youtuber procura inebriar o seu interlocutor por meio de um discurso sustentado na “eficácia” daquilo que ele vende, que, embora igual a outros tantos métodos pautados na paráfrase, no canal funciona como “novidade”.

Recorte 3: E aí eu vou te dar algumas dicas agora pra você encurtar o seu tempo de redação. A primeira delas é, você precisa **seguir um passo a passo fixo**. (...) **O projeto de texto já tem uma ordem, argumentos, repertório, argumentação, proposta de intervenção, estratégia de abertura, problematização, tese e fechamento.** (grifo nosso).

No recorte, o sujeito-youtuber discursiviza sobre o seu método que, na verdade, nada mais é do que a apresentação das condições de produção da redação do Enem, estabelecidos pelo exame nas cinco competências. O “passo a passo” é fixo e o projeto de texto está dado, nada disso permite um trabalho com a autoria e a subjetividade do produtor de textos.

De acordo com Pacifico (2021), para a Análise de Discurso, a autoria significa um sujeito que, na ilusão de escolha e do controle dos sentidos, procura conter a dispersão do texto, efeito de responsabilidade por aquilo que foi dito. É quando interpreta que há a possibilidade de o sujeito ocupar a posição discursiva de autor, não como origem do dizer, mas, ao identificar com uma formação discursiva, o sujeito está ideologicamente posicionado e, a partir disso, o sujeito pode exercer a autoria. Neste sentido, o que nos chama a atenção é o fato de o sujeito-

youtuber dizer que os argumentos e a argumentação já possuem uma ordem, isso significa que o sujeito-internauta deve se “apropriar” dessa ordem para o que seu texto seja legitimado, o que demonstra as relações de poder que envolvem a redação do Enem, que não se fundamentam nos estudos da argumentação, mas, sim, de como poder dizer.

Recorte 4: Então perceba, não é que eu faço agora? Não é olhar pra redação e pensar: “o que que eu faço agora?” Eu já sei o que eu tenho que fazer na ordem certa e isso me **dá velocidade**. Você imagina se um atleta que vai sei lá pra Olimpíada, uma ginasta, ela chegasse lá e pensava assim: “e agora? Será que eu dou cambalhota, uma estrelinha, um carpado?”. Não, ela já tem a ordem certa das coisas que ela tem que fazer. Então, se hoje você não tem, talvez você demore por causa disso. (...) O maior inimigo do seu tempo, da redação, é a **falta de clareza**. Maior de todos, se você não tem **clareza do passo a passo**, você vai demorar. (...) Então, nesse caso, o maior inimigo ainda é a **falta de competência** (...). **Então além de clareza você precisa de habilidade**. E como é que eu desenvolvo habilidade? **Habilidade de ler a proposta de redação rapidamente. Habilidade de fazer o projeto de texto rapidamente. Habilidade de fazer o rascunho rapidamente. Habilidade de passar a limpo rapidamente. Eu preciso treinar aquela habilidade e estudar sobre aquela habilidade.** (grifo nosso).

O sujeito-youtuber continua argumentando sobre o “seu” método e passa a comparar o produtor de textos como um atleta, o que consideramos pertinente para as condições de produção da redação do Enem. Isso produz um efeito de sentido de que escrever para esse exame exige uma certa “disciplina comportamental” que se apoia no exemplo de um atleta, afinal, o foco tanto do participante do Enem quanto do atleta é a velocidade, e isso é possível de ser treinado/aperfeiçoado por meio da “clareza do passo a passo”, mais uma vez, o sujeito-youtuber se posiciona com base em uma concepção de linguagem transparente, no entanto, o discurso de “clareza” condiz com o referencial teórico positivista, mas, para a AD, partimos do pressuposto de que o sentido sempre pode vir a ser outro.

O discurso das competências também é sustentado pelo sujeito-youtuber ao sugerir que ler e escrever são ações reduzidas às habilidades, em que cabe ao sujeito-internauta se capacitar, por meio do treino, e, assim, possa se tornar capaz de escrever melhor. Trata-se de um discurso que dialoga com o discurso oficial representado na Base Nacional Comum Curricular. Sobre isso, Cássio (2019) argumenta que há a existência de uma cilada em se referir à Base como epicentro das políticas públicas. Segundo ele, a Base sustenta o ideal dos grupos que a sustentam, pois desejam um maior controle sobre o trabalho pedagógico via materiais didáticos e avaliações em larga escala, mas, não só isso, trata-se, na verdade, de uma política educacional mais barata do que as que prezam pela valorização do trabalho docente ou à melhoria das condições materiais das escolas. Pode-se, assim, afirmar que a opção pela prioridade da Base como política educacional é, sobretudo, por questões econômicas.

E qual é a relação da Base com os cursos online? Primeiro, por consagrar a “pedagogia por competências”, e, segundo, por ser uma forma de, sorrateiramente, incluir a propagação desses cursos no currículo escolar. Sabe-se que muitos desses cursos são gravados e podem ser divulgados e/ou comercializados por diversos anos, assim, o gasto com a docência tornar-se-ia bem menor. Além disso, diversas empresas de cursos online tendem a cumprir à risca o que prevê a Base, fazendo desse documento um currículo. Isso leva a formas de “mercadorização

da educação”, visto que a escola passa a ser encarada com um propósito profissional, a fim de fornecer mão de obra adequada às necessidades da economia.

O que é preciso enfatizar aqui é que o discurso de uma escola que ensina por competências, em que “ser competente é, ao agir, mobilizar, de forma integrada conhecimentos e atitudes mediante uma situação-problema de forma que a situação seja resolvida com eficácia” (Zabala; Arnau, 2010, p. 40), faz com que os defensores desse tipo de projeto educativo desconsiderem a busca por um ensino que ultrapasse o conteudismo, pela “pedagogia das competências”, valoriza-se, ainda mais, a concepção de ensino como transmissão de conteúdo.

Recorte 5: Mas agora vem a dica que é a chave de ouro, tá? Vem a dica, que vem a chave, que é a dica de ouro. Acho que eu quis dizer isso. **Eu achava** que é a dica de ouro, anota isso aí. Além de eu ter clareza e habilidade, eu **preciso de diagnóstico**. (...) Assim como um médico só pode medicar um paciente depois de diagnosticar, você só pode fazer redação mais rápido depois de você entender onde é que você está errando. (...) Beleza começa a entender onde foi que você errou. **Eu vou inclusive deixar aqui embaixo o tempo ideal de cada etapa. E essa tem que ser sua meta** (...).

Depois de comparar o produtor de textos a um atleta, nesse recorte, o sujeito-youtuber estabelece outra comparação: com um médico. Dessa forma, além da velocidade, o produtor de textos, assim como o médico, precisa de diagnósticos, isso nos leva a refletir sobre os sentidos construídos pelo uso desse termo que precisa servir como uma “bússola” que oriente o produtor de textos para o que deve corrigir em relação à sua escrita e à argumentação, metáfora do “remédio”, em que, a partir do diagnóstico, o produtor de texto precisa “ingerir” o “método LP”, como um antídoto para os seus “erros”. Trata-se de uma lógica de avaliação sustentada no ideal da nota e do produto, em que é desconsiderado todo o processo que o produtor de textos precisa construir para a elaboração de suas redações.

É interessante observar que o sujeito nomeia a dica de “chave de ouro”, depois, “dica de ouro” que servirá como uma “chave”. Isso reforça sentidos que se entrelaçam com a nomeação “A Fada da Redação” em relação àquela que traz “a dica de ouro e a chave da redação”. Todo esse embaralhamento do discurso do sujeito, para nós, produz sentidos, porque, ao argumentar que a “dica é de ouro” e não a “chave”, isso nos leva a interpretar a escrita como mercadoria, em que o sujeito-youtuber é aquele que “vende” a dica, que “vale” ouro, que deve ser utilizada como uma “chave” que possibilitará o alcance de melhores notas para o sujeito-internauta.

A meta estabelecida pelo sujeito-youtuber é a fixidez não só de um modelo de redação, mas, também, de tempo de produção dessa escrita-argumentativa. Nos comentários, o sujeito-youtuber estabelece um ideal de tempo para cada etapa do modelo/método LP: 8 minutos – leitura da proposta; 12 minutos – projeto de texto; 20 minutos – rascunho; 5 minutos – autocorreção; 15 minutos – versão final. Diante desses números, há um funcionamento discursivo neoliberal, em que o tempo é precioso. Nessas condições, os vídeos do Youtube do canal analisado condizem com essa lógica em que, por meio das *playlists*, é possível observar a quantidade de vídeos que o canal já produziu, cuja maioria possui entre cinco e quinze minutos de duração – há, aqui, a capacitação da escrita, pois, diferentemente da formação que é

direcionada para o conhecimento, a capacitação, argumento de Orlandi (2017), preocupa-se apenas com a informação. Assim, um ensino voltado para capacitação não forma; antes, leva o sujeito a uma “operação” verbal, cuja escrita é fixada por um *outrem* que dita as regras do jogo. Nesse caso, tanto as condições de produção da prova do Enem quanto o discurso do sujeito-youtuber estão ajustados em prol de um ensino conteudista, mas discursivizado como inovador por focar competências.

Recorte 6: E a última dica que eu tenho pra dar é: **tenha bons materiais de consulta**. Se na hora da redação eu vou pro Google pesquisar o que é que eu cito naquela redação, é óbvio que eu levar muito tempo. Mas eu tenho materiais certos do meu ladinho, meu amor, eu ganho ve-lo-ci-da-de. Coloca aqui nos comentários qual é o seu maior problema com redação fora o **tempo porque isso eu já resolvi**, já te expliquei aqui agora, e coloca também quanto tempo você está levando em redação hoje (...).

Para finalizar o vídeo, o sujeito-youtuber “revela” a última dica: que o sujeito-internauta tenha “bons materiais de consulta”, pois isso contribuirá, também, para a economia do tempo de produção da redação. Esses materiais, na verdade, não se referem a um trabalho com a leitura e o arquivo, pelo contrário, trata-se de guias/roteiros/apostilas/cartilhas em que o sujeito-internauta tem acesso aos modelos prontos de redação, inclusive de citações de filósofos, educadores, escritores, entre outros, que poderão ser utilizados como repertório (exigido pela banca de correção do Enem) na sustentação dos argumentos na redação.

Ainda cabe observar que o sujeito-youtuber, no ideário da escrita como mercadoria, suscita o funcionamento numérico do digital ao solicitar que o sujeito-internauta deixe nos comentários quais são outros “problemas” de escrita que eles possuem: trata-se de um modo de ter acesso ao que o público consumidor desses canais do Youtuber procura nos vídeos. O que também nos chamou a atenção é a afirmação do sujeito-youtuber “fora o tempo porque isso eu já resolvi”, isso provoca um efeito-leitor, em que o sujeito acredita que um vídeo de menos de oito minutos é capaz de formar o seu interlocutor para a escrita de textos argumentativos com mais rapidez, ilusão que produz sentidos homogeneizantes sobre a escrita e a argumentação – tanto é que os recortes a seguir (trata-se do comentário de dois sujeitos-internautas sobre o vídeo analisado) indiciam que o sentido pode vir a ser outro:

Recorte 7: Eu estou “doida” tentando melhorar o tempo que levo para produzir a redação:(. Fiquei tão feliz quando consegui fazer (pela 1ª vez kkk) em 01h26m. Na minha última redação, levei 02h40m (fiquei triste e preocupada 🙄). Notei que levo muito tempo para ler os textos motivadores, fazer o planejamento e a revisão.... Mas não aceito isso e estou buscando melhorar.

Recorte 8: Comprei o curso, mas achei q a Luma fala muito mais de outros assuntos do que propriamente da redação em si. tem q ser mais objetiva. 4 aulas pra falar 3 pontos. (na aula 2 fala q na 3 vai ser super importante: chega na aula 3 tem só depoimento e enrolação) gasta mais tempo elogiando a si mesmo do que a aula em si. tomara q eu nao me arrependa com restante do curso.

No recorte sete, é possível observar que o sujeito-internauta, imbuído pelo discurso da rapidez ensinada no vídeo, filia-se à formação discursiva do sujeito-youtuber e passa a treinar o tempo que leva para as suas produções textuais. Trata-se da dica do diagnóstico, proposto pelo sujeito-youtuber, em que o sujeito-internauta, ao saber que leva muito tempo para a

produção da sua redação, passa a buscar outras estratégias que lhe ajudem a diminuir esse tempo. É o mesmo funcionamento das escolas em que as aulas são divididas em grade curricular e tempo. No entanto, para nós, analistas de discurso, a relação que o sujeito estabelece com a leitura na escola e nas provas externas, como é o caso do Enem, leva a uma domesticação do ato de ler, sustentado na pedagogia das competências que, muitas vezes, não trabalha a compreensão global do texto, mas, sim, como pretexto para o treinamento de alguma habilidade. Dessa forma, o sujeito-leitor fica limitado a um modo de leitura voltado para “aquilo que o autor quis dizer”, a isso Pacífico (2012, p. 34) conceitua como “fôrma-leitor (no sentido de fôrma, molde), fôrma esta determinada pela ideologia dominante em cada formação social, que tem como objetivo limitar o processo de significação do sujeito”.

Por sua vez, no recorte oito, o sujeito-internauta consome o curso do canal Luma e Ponto; no entanto, discursiviza a sua insatisfação com o produto: é a escrita como mercadoria. De acordo com o sujeito-internauta, o sujeito-youtuber “enrola” em relação ao que se propõe ensinar, pois focaliza muito tempo na busca de empreender a si mesmo. É interessante observar que o sujeito-youtuber cai em sua própria “armadilha”: a questão do tempo, afinal, é preciso não só fazer a redação rápido como, também, ensinar rápido. Essas condições de produção do digital demonstram a ilusão de que no digital se ensina melhor e mais rápido do que na escola, todavia, os indícios nos levam a afirmar que as condições do digital são outras, mas o seu funcionamento discursivo é tão conteudista e autoritário como o da escola.

Considerações finais

A partir da análise do *corpus*, é possível concluir que o canal do Youtube analisado – *Luma e Ponto* – na dinâmica do digital, por meio de uma textualidade que se materializa em série (Dias, 2019), submete o sujeito-internauta a um ensino da escrita argumentativa que confirma as lutas sociais que caracterizam a interação argumentativa, muitas vezes, na assimetria de poder entre os argumentadores (Piris, 2020), impedindo o direito à argumentação (Pacífico, 2016), na propagação de uma formação discursiva sobre a redação do Enem materializada nos preceitos do “segredo e/ou técnica” e nos modelos prontos (Leandro, 2021), voltados para uma *redação-design* que, supostamente, pode levar o sujeito-internauta a alcançar a nota máxima na redação do Enem.

Desse modo, sujeito-youtuber e sujeito-internauta sustentam o negócio da plataforma digital de compartilhamentos do Youtube, isto é, a fabricação e o consumo de discursos, “cujo capital transforma o olhar em trabalho”, pois “a operação de comprar olhar e de produzir valor por meio do emprego do trabalho materializado no olhar promove a fixação de novos sentidos no imaginário” (Bucci; Venacio, 2014, p. 154).

Nesse caso, o sujeito-internauta é levado a acreditar que aquilo que consome na plataforma é gratuito e democrático, quando, na verdade, sujeito-youtuber e sujeito-internauta

“vendem” os seus dados pessoais para a plataforma do Youtube. Nesse sentido, o sujeito-youtuber deseja vender seus cursos online voltados para o ensino da redação do Enem; o sujeito-internauta, por sua vez, deseja alcançar a nota máxima na redação do Enem. Nesse entrelace de interesses, a escrita ganha um caráter de mercadoria e a argumentação é domesticada pela propagação dos modelos prontos no ideário neoliberal da rapidez, o que impede uma formação crítica, autônoma, solidária e democrática (Piris, 2020) para o sujeito que irá produzir textos, visto que não se trata de prática argumentativa, mas, sim, paráfrase, imitação e repetição de redações maniqueístas, isto é, apoiadas em um ideal de *design*, prática, então, autoritária.

Esse modo como o canal do Youtube promove o ensino da escrita-argumentativa tem sido uma das modalidades de ensino da argumentação, porém, com base no nosso referencial teórico da Análise de Discurso, não corroboramos esse tipo de entendimento de ensino, pois, para nós, é preciso que o sujeito tenha, antes de mais nada, o direito à argumentação (Pacífico, 2016), em que há a necessidade de o sujeito estar implicado em seu texto, isto é, “de se constituir como responsável pelo seu dizer, criando um novo dizer a partir do já-dito” (Pacífico, 2012, p. 154).

Para isso, é preciso que o sujeito interprete e leve em consideração as condições de produção de cada texto e de cada leitura pois, ao legitimar um determinado sentido, outros ficarão silenciados. Nesse sentido, defendemos um produtor de textos que seja capaz de trabalhar a tensão entre a paráfrase (o mesmo, a fôrma-leitor) e a polissemia (o diferente, a função-leitor), e isso só será possível com outras condições de trabalho com a leitura e a escrita, tanto na escola quanto no digital, o que para nós está relacionado ao acesso do sujeito ao arquivo. Assim, compreendemos que “a autoria é condição necessária para que o texto argumentativo seja construído, isto é, a produção do texto argumentativo exige que a autoria se instale” (Pacífico, 2012, p. 155-156); no entanto, pelo fato de a redação do Enem ter o foco mais nos tópicos formais e estruturais, a escola e o digital tendem a responder a esse objetivo, deixando de lado um compromisso com a formação para a escrita-argumentativa. No caso do digital, em especial, conforme procuramos interpretar, a escrita ganha caráter mercadológico.

O modo como a redação é ensinada, no Youtube, leva a escrita a ganhar um caráter de mercadoria, compreendida como valor de uso e valor de troca, e a argumentação passa a ser vista como um modo específico de raciocínio que leva a sua simulação em uma escrita pautada na fôrma-leitor (Pacífico, 2012), o que é materializado nos cursos online que utilizam do discurso do “segredo” e da “técnica” (Leandro, 2021) na “captura do olhar” (Bucci, 2021) do sujeito-internauta a fim de levá-lo a acreditar de que poderá alcançar a nota máxima no Enem, desde que se aproprie (no sentido de aquisição de uma mercadoria) das dicas, macetes e passo a passo ensinados nesses cursos, materializados em um design ideal.

Toda essa conjuntura reclama um lugar de atenção às teorias da argumentação que são silenciadas no espaço digital que analisamos, pois, conforme defende Piris (2020), é na escola que se pode conhecer e refletir sobre as relações desiguais de poder da formação social e em como as práticas de argumentação se ligam à tomada de posição em meio aos sentidos que

circulam, o que, a nosso ver, também pode ser transferido para o digital, que também se trata de um espaço de poder e, portanto, deve ser analisado como tal.

Referências

AZEVEDO, I. C. M.; SANTOS, M. F.; CALHAU, S. P. J.; LEAL, V. C.; PIRIS, E. L. *Dez questões para o ensino de argumentação na educação básica: fundamentos teórico-práticos*. Campinas, SP: Pontes, 2023.

BUCCI, E. *A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo o que é visível*. São Paulo: Autêntica, 2021.

BUCCI, E.; VENANCIO, R. D. O. O valor de gozo: um conceito para a crítica da indústria do imaginário. *Revista Matrizes*, v. 08, n. 1, p. 141-158, 2014. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p141-158>.

CÁSSIO, F. Existe vida fora da BNCC? In: CÁSSIO, F.; CASTELLI JUNIOR, R. *Educação é a base? 23 educadores discutem a BNCC*. São Paulo: Ação educativa, 2019, p. 13-40.

DIAS, C. *Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

DIAS, C. Textualidades seriadas: entre a repetição, a regularização e o deslocamento, o caso dos memes. *RASAL Linguística*, n. 02, p. 55-74, 2019.

DIAS, C. Considerações sobre o texto pelo digital. In: PFEIFFER, C.; DIAS, J. P.; NOGUEIRA, L. (Orgs.). *Língua, ensino, tecnologia*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020, p. 109-130.

FERRAGUT, G. *Sentidos em circulação pelo digital: Justiça e Polícia e seus efeitos na sociedade*. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018. DOI: <https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2018.1047818>.

FERREIRA, L. M. A. Interdiscurso e memória: nas tramas do discurso sobre a mulher. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L.; MITTMANN, S. (Orgs.). *O Discurso na Contemporaneidade: Materialidades e Fronteiras*. São Carlos, SP: Claraluz, 2009, p. 223-232.

GRIGOLETTO, M. Leitura e funcionamento do livro didático. In: CORACINI, M. J. *Interpretação, autoria e legitimação do livro didático*. Campinas: Pontes; 1999.

LEANDRO, M. L. C. R. Argumentação e Autoria na Redação do Enem e o Discurso do. In: SANTANA, W. K. F.; SILVEIRA, E. L. (Orgs.). *Educação, Linguagens e Ensino: saberes interconstitutivos*. São Carlos: Pedro & João, 2021, p. 73-88.

ORLANDI, E. P. *Discurso e texto: formulação e circulação de sentidos*. Pontes: Campinas, 2012.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes Editores, 2015.

ORLANDI, E. P. Conhecimento e informação na vida social contemporânea. In: ORLANDI, E. P. *Eu tu ele: discurso e real da história*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017, p. 237-260.

PACÍFICO, S. M. R. *Argumentação e autoria nas redações de universitários: discurso e silêncio*. Curitiba: Appris, 2012.

PACÍFICO, S. M. R. O direito à argumentação no contexto escolar. In: PIRIS, E. L.; OLÍMPIO-FERREIRA, M. (Orgs.). *Discurso e argumentação em múltiplos enfoques*. Coimbra: Gráfico Editor, 2016.

PACÍFICO, S. M. R. Sujeito, argumentação e autoria: um percurso tecido sobre a produção de sentidos no contexto escolar. In: GONÇALVES-SEGUNDO, P. R.; PIRIS, E. L. *Estudos de linguagem, argumentação e discurso*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2021.

PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

LINHA D'ÁGUA

PIRIS, E. L. (Im)posibilidades de enseñanza de la argumentación en la escuela. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, v. 20, p. 30-56, 2020. DOI: <https://doi.org/10.15366/ria2020.20.002>.

PIRIS, E. L. O ensino de argumentação como prática social de linguagem. In: GONÇALVES-SEGUNDO, P. R.; PIRIS, E. L. *Estudos de linguagem, argumentação e discurso*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2021.

SIBILIA, P. *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

ZABALA, A.; ARNAU, L. *Como aprender e ensinar competências*. Porto Alegre: Artmed, 2010.