

# O *éthos* de Silvio Santos: complexidade e construção da imagem

**Amanda Veronesi Vieira\***  
**Gabriella Maria Botigelli\*\***  
**Vanessa Martins de Assis\*\*\***  
**Conrado Moreira Mendes\*\*\*\***

## **Resumo**

*À luz dos pressupostos teórico-metodológicos da semiótica de linha francesa, analisa-se, neste artigo, como se constrói o *éthos* do apresentador Silvio Santos (SS). Tal conceito é proveniente da retórica aristotélica e se refere à imagem do enunciador construída no e pelo discurso. Assim, para depreender esse *éthos*, analisa-se a imagem construída por SS na interação com o auditório presente em seu programa dominical. Para tal, foram selecionados três quadros do Programa Silvio Santos e, baseando-se em conceitos como manipulação, percurso temático e figurativo, formação discursiva e ideológica, foi possível identificar elementos que convergem para a constituição de um *éthos* marcado pela complexidade, isto é, em que se sobrepõem os termos /sagrado/ e /profano/, corroborando a proposta deste dossiê, em que binarismos, muitas vezes, não dão conta de processos culturais contemporâneos.*

**Palavras-chave:** *Semiótica. Éthos. Complexidade. Interação. Silvio Santos.*

\* Graduada em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, *campus* Poços de Caldas. amandaveronesi@hotmail.com.

\*\* Graduada em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, *campus* Poços de Caldas. E-mail: gabriellabotigelli@gmail.com.

\*\*\* Graduada em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, *campus* Poços de Caldas. E-mail: vanessamartinsassis@gmail.com.

\*\*\*\* Doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. E-mail: conradomendes@yahoo.com.br.



## Introdução

Tendo em vista o tema deste dossiê, “Processos culturais contemporâneos”, cuja ementa considera que

[tais] processos [...] exigem outras análises acerca de velhos binarismos como centro/periferia; popular/erudito; norte/sul; direita/esquerda; masculino/feminino dentre outros ‘pares’ regidos pela singularidade em um contexto no qual precisamos dar conta da pluralidade (UNIVERSIDADE FUMEC, 2016, sem paginação),

procuramos demonstrar que, no mesmo sentido, o *éthos* do apresentador Silvio Santos (SS) se constrói de forma complexa.

Em outras palavras, “o *éthos* não se explicita no enunciado, mas na enunciação” (FIORIN, 2012a, p. 139). Por isso, o *éthos* se refere à imagem do autor, mas não é o autor real; trata-se, antes, de um autor implícito. Por isso, pela enunciação, que é o ato de dizer, depreende-se seu enunciador.

Ademais, é importante também definir *complexidade*, já que se trata da construção de um *éthos* marcado por tal característica. Segundo Greimas e Courtés (2008, p. 78), “o termo complexo se define pela relação ‘e... e’ que contraem, em consequência de prévias operações sintáticas os termos  $S_1$  e  $S_2$  do eixo dos contrários no quadrado semiótico”. Dessa forma, entendemos complexidade como a “coexistência dos contrários” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 78). Não se trata mais, portanto, de um ou de outro termo, mas da sobreposição de ambos os termos que, por sua vez, são contrários entre si.

Desse modo, com base principalmente nos pressupostos teórico-metodológicos da semiótica de linha francesa (cf. GREIMAS; COURTÉS, 2008; FIORIN, 2000, 2005, 2012a, 2012b), analisamos as interações discursivas no *Programa Silvio Santos*<sup>1</sup>. Para isso, consideramos um *corpus* constituído de três programas dominicais de SS, exibidos nos dias 2, 9 e 16 do mês de fevereiro de 2014. Cada programa tem, em média, quatro horas de duração. Optamos por destacar as partes em que o apresentador interage diretamente com a plateia.

Assim, tecemos, inicialmente, algumas considerações teóricas acerca do conceito de *éthos* e de outros que darão subsídios às análises para, em seguida, apresentá-las. Por meio delas, será possível flagrar a constituição do *éthos* de Silvio Santos, marcado pela complexidade, isto é, pela sobreposição de dois termos contrários: /sagrado/ e /profano/.

1 No ar desde 1968, o programa é tradicional por seu conteúdo direcionado ao entretenimento do público, sendo veiculado nas noites de domingo.

## Éthos, semiótica e Silvio Santos

Proveniente da retórica aristotélica (AMOSSY, 2008), o termo faz parte de uma trílice, uma vez que um ato de comunicação envolve três elementos: o orador, o auditório e o discurso (*éthos*, *páthos* e *lógos*), respectivamente. O orador, para construir seu discurso, precisa conhecer seu auditório, pois a eficácia discursiva está diretamente ligada à adesão do enunciatário ao *lógos*, que são as ideias apresentadas pelo orador com vista a convencer o público. O *páthos*, ou o estado de espírito do auditório, é a disposição do sujeito para ser isto ou aquilo; é uma imagem que o enunciador tem do enunciatário, o que, também, implica coerções para o discurso. Assim, é imprescindível que o enunciador escolha as estratégias apropriadas para gerar sentimentos que levem o enunciatário a mudar de comportamento ou de “estados da alma”. Dessa forma, se o *éthos* está associado à construção da imagem do enunciador, pelo dito e pelo dizer no discurso, o *páthos* é a quem ele se dirige (e em quem provoca paixões) e o *lógos* diz respeito ao conteúdo do discurso. A combinação desses três componentes é essencial em qualquer processo de persuasão. Em termos atuais, podemos dizer que, nesse ato, há uma relação entre três instâncias: o enunciador, o enunciatário e o discurso.

O *éthos* também está ligado à construção/associação da identidade e estereótipos do enunciador, ao mesmo tempo em que leva suas representações ao seu discurso. O *páthos* busca no discurso apresentado um conjunto de ideias com as quais tem mais afinidades, por meio das quais se identifica com o sujeito que fez a enunciação, de modo a se estabelecer um elo. Nesse sentido, para a semiótica, enunciador e enunciatário são sujeitos da enunciação, uma vez que o segundo determina escolhas linguísticas do enunciador. Assim,

denominar-se-á enunciador o destinador implícito da enunciação, distinguindo-o assim do narrador – como o ‘eu’, por exemplo – que é um actante obtido pelo procedimento de debreagem, e instalado explicitamente no discurso. O termo ‘sujeito da enunciação’, empregado frequentemente como sinônimo de enunciador, cobre de fato as duas posições actanciais de enunciador e de enunciatário (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 171)

Os atores da enunciação, as imagens do enunciador e do enunciatário, constituem simulacros do autor e do leitor criados pelo texto e determinam todas as escolhas enunciativas, sejam elas conscientes, sejam inconscientes, que produzem os discursos. Barthes (1975 *apud* FIORIN, 2012a, p. 139) em um dos seus comentários sobre o *éthos* afirma:

[...] os traços de caráter que o tribuno deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão. [...] O *éthos* é, no sentido próprio, uma conotação. O orador emite uma informação e, ao mesmo tempo, afirma: sou isso, sou aquilo.

Para o semiólogo francês, a Retórica de Aristóteles é o grande referencial da cultura de massas contemporânea, na qual impera o provável. Não se trata do que é possível efetivamente, mas o que o público crê ser possível. Essa reflexão e suas práticas passam pelo estudo da linguagem em si.

Em termos semióticos, o enunciador geral de um texto responde a um percurso da significação e aos desdobramentos das categorias em cada um dos temas. Tais desdobramentos ficam somente sugeridos, de maneira condensada, pelas determinações sintáxicas contidas nas noções tensivas e nas articulações do quadrado semiótico.

No que se refere ao nível intermediário do percurso gerativo do sentido, existem as etapas que caracterizam um esquema narrativo padrão: manipulação, ação e julgamento (sanção). A manipulação ocorre mediante um desses fatores: a) intimidação: quando o destinador-manipulador oferece uma ameaça para que o destinatário realize a ação pretendida; b) tentação: quando o destinador-manipulador propõe uma recompensa; c) sedução: quando o destinador-manipulador manifesta um juízo positivo em relação ao destinatário manipulado e esse, para manter a boa imagem, realiza a proposição daquele; d) provocação: quando o destinador-manipulador exprime um juízo negativo em reação ao destinatário manipulado e esse, para reverter essa imagem negativa, cumpre o que se pede.

O que importa, semioticamente, é o esforço do destinador no sentido de despertar a confiança do destinatário (fazer-criar) para, em seguida, finalizar a manipulação, fazendo-o fazer. Nesse percurso, um destinador propõe um contrato a um destinatário e procura persuadi-lo, com diferentes estratégias, a aceitar o contrato e a fazer o que ele, destinador, quer que o outro faça. O destinatário, por sua vez, interpreta a persuasão do destinador e nele acredita ou não e aceita ou não o acordo proposto, de acordo com seu sistema de valores.

Dado por terminado o percurso de ação do sujeito, inicia-se a atividade de julgamento do destinador. É a versão terminativa do universo transcendente de onde provêm as determinações sobre o valor dos valores que cercam uma comunidade. Para o transcurso do julgamento, o destinador precisa confrontar seu saber a respeito do percurso do sujeito destinatário com o critério de “verdade” decorrente dos acordos estabelecidos entre os

participantes inseridos na narrativa específica. Diante desse percurso, o sujeito da ação procura convencer seu destinador de que cumpriu o contrato, fez o que dele se esperava e que merece, portanto, um julgamento positivo, sendo a ele atribuída ainda uma recompensa ou uma punição.

De fato, o modo de dizer autoriza a construção de uma verdadeira imagem de si e, à medida que o locutor se vê forçado a apreendê-la partindo de diversos índices discursivos, ela contribui para o estabelecimento de uma inter-relação entre os participantes da ação comunicativa. Fazendo parte da eficácia da palavra, a imagem quer causar impacto e suscitar a adesão.

### **O *éthos* prévio de Silvio Santos**

No caso em pauta, é válido abordar, ainda, o conceito de *éthos* prévio. Trata-se de um conjunto de imagens já existente do orador, que está ligado ao mesmo tempo ao seu discurso direcionado para o auditório presente no programa e o público em casa. Com isso, o *éthos* do orador se modifica a cada necessidade apresentada em seu discurso. Para idealizar o *éthos* prévio, são indispensáveis os estereótipos, que podemos definir como representações cristalizadas que determinados grupos ou indivíduos fazem uns dos outros. A noção de *éthos* pode estar atrelada às identidades do orador. Nesse caso, o apresentador Silvio Santos cria uma identidade discursiva, ao longo dos 46 anos em que comanda programas de auditório. Com o passar do tempo, o apresentador foi construindo e solidificando sua imagem midiática nos meios televisivo e empresarial. Com isso, deixou várias marcas registradas – por exemplo, seu modo de interagir com a plateia em alguns quadros apresentados em seu programa.

A televisão, por ser um meio de comunicação de massa, pode fazer o papel de um veículo de manipulação dos indivíduos de uma sociedade. Sua finalidade é ser um jogo de /fazer-creer/ aquilo que transmite, permitindo que o enunciador se valha de certos argumentos e estratégias para construir seu discurso e, assim, apontar ao enunciatário o que é certo, de modo que este possa produzir um sentido de validade.

Nesse sentido, o programa dominical de Silvio Santos possui atrativos a mais do que outros programas de auditório, como o uso do dinheiro distribuído para plateia como forma de “prêmio/recompensa” por sua participação nas brincadeiras de perguntas e respostas, de completar músicas, nas “pegadinhas”<sup>2</sup>, dentre outros quadros do programa que incentivam a participação dos presentes por meio desse mesmo artifício.

---

2 Segundo o *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, “ato ou fato de pôr alguém proposadamente em situação embaraçosa com o fito de fazer graça”. (PEGADINHA..., 2009, p. 1.459)

Esses aspectos do programa podem funcionar como uma forma de levar o destinatário – no caso, uma pessoa da plateia – a fazer algo que é desejado pelo apresentador, de tal modo que essa pessoa se sinta mais próxima e íntima durante a interação face a face. Os telespectadores, do outro lado da televisão, também aderem a essa sensação de estar ali na plateia ou perto do apresentador respondendo às perguntas dos quadros. Um dos gestos mais conhecidos de Silvio Santos em seu programa é quando ele joga os famosos “aviõezinhos” de dinheiro para a plateia, sendo essa, também, uma forma de interação com seu público ali presente.

No programa, o auditório é um elemento essencial para construir um cenário de participação e interação. Cria-se um efeito de troca de papéis: o auditório parece poder estabelecer as escolhas do programa. Por meio de ações como gritar, aplaudir e falar, o auditório gera um envolvimento maior ao longo do programa. Dessa maneira, cabe em nossa análise averiguar o ato enunciativo do apresentador, para que possa ser definida a maneira como ele construiu seu discurso e imagem de si para convencer e ganhar a confiança do auditório presente em seu programa dominical. Essa imagem do orador em relação ao auditório está ligada às escolhas das palavras e argumentos utilizadas em seu discurso. Seus bordões, criados há décadas, e o tom de voz, quando interage com o auditório, são alguns signos já existentes em seu discurso preestabelecido.

Como se viu, o enunciatário também é um sujeito da enunciação, quando condicionado a produzir informações do enunciador à medida que interpreta e avalia a comunicação. Assim, ele passa a ser um co-enunciador, ou, como dissemos, o sujeito da enunciação é o resultado da sobreposição das posições enunciativas de enunciador e de enunciatário.

## **Análises: interação e construção da imagem de Silvio Santos**

O *corpus* analisado é composto por três programas, exibidos nos dias 2, 9 e 16 de fevereiro de 2014, tratados como P1, P2 e P3, respectivamente. Optamos por evidenciar, entre os exibidos, o quadro em que acontece nitidamente maior interação entre apresentador e plateia.

### ***Jogo dos pontinhos***

No primeiro programa analisado (P1), exibido no dia 2 de fevereiro de 2014, Silvio Santos apresenta o quadro “Jogo dos pontinhos”, composto por uma banca de artistas, que respondem às perguntas relacionadas a diversos temas feitos pelo ator do enunciado. O elenco

é composto por cinco artistas fixos, a saber: Helen Ganzarolli, Livia Andrade, Florina Fernandez, Carlinhos Aguiar e Alexandre Porpetone. A cada domingo, um convidado especial é chamado para compor a banca junto com eles. No programa em questão, foi Patrícia Abravanel, filha de Silvio Santos.

Os artistas respondem a perguntas ou completam as frases feitas por Silvio Santos. Ao mesmo tempo, o apresentador escolhe algumas garotas no auditório para, também, responderem às mesmas perguntas, que são feitas num tom humorístico e irônico aos integrantes. Tais questões exibem características relacionadas ao cotidiano dos artistas da bancada em situações adversas, em que mostra a reação a fatos passíveis de ocorrência no dia a dia.

Escolhidas as participantes, SS procura entretê-las, visando, com isso, criar um efeito de aproximação antes de fazer as perguntas do jogo. A cada acerto, o auditório responde com uma salva de palmas, e a participante que acertou recebe do apresentador 50 reais, e o total de prêmios distribuídos por rodada não ultrapassa 300 reais (seis cédulas de 50 reais pelas respostas certas ou seis “aviõezinhos” para o auditório).

Silvio Santos inicia a rodada de perguntas escolhendo o personagem Cabrito Teves, uma sátira criada do famoso jogador de futebol argentino Carlos Alberto Martínez (Carlitos Teves), interpretado por Alexandre Porpetone, como “alvo” das respostas:

LINGUAGEM VISUAL	LINGUAGEM VERBAL
	<p>Silvio: O Cabrito Teves encontrou uma carteira na rua recheada de dinheiro e colocou? Respondem. Vem você de chapeuzinho, vem você de preto, vem você, vem você também. Deixa eu ver, deixa eu ver. Vem você, Ingrid, vem pra cá, Ingrid. O Cabrito Teves encontrou uma carteira na rua recheada de dinheiro e colocou aonde?</p> <p>1ª participante: No bolso.</p> <p>Silvio: No bolso. Colocou?</p> <p>2ª participante: Não sei.</p> <p>Silvio: Colocou?</p> <p>3ª participante: Na calça.</p> <p>Silvio: Colocou?</p> <p>4ª participante: No cofrinho</p> <p>Silvio: No cofrinho. Colocou?</p> <p>2ª participante: Colocou em casa, deixou em casa.</p> <p>Silvio: Colocou em casa, ok. Colocou em casa, 'tá' bom. Colocou em casa, colocou no bolso, colocou na calça, colocou no cofrinho, 'tá' certo, não posso dizer que não 'tá' certo.</p>

**Figura 1** – Jogo dos pontinhos (P1).

Fonte: Elaborada pelos autores com base no programa exibido em 2 de fevereiro de 2014. (Cf. PROGRAMA..., 2014b)



A indagação é acerca do local onde Cabrito Teves colocaria uma carteira que tivesse encontrado na rua contendo um grande valor em dinheiro. As participantes, então, começam a dar suas opiniões e, por meio de suas respostas, reproduzem uma formação ideológica mediante formações discursivas<sup>3</sup>, em que o artista ficaria com a respectiva carteira, não esperando um ato de honestidade de sua parte: “no bolso”, “na calça”, “no cofrinho” (saliente-se a ambiguidade da palavra, que pode significar objeto para guardar dinheiro ou, popularmente, parte do corpo) e “em casa”. As envolvidas na brincadeira assimilam esse fato como cotidiano e, assim, suas repostas projetam uma atitude que poderia vir a ser tomada diante de tal situação. Nesse sentido, o discurso dos participantes estabelece uma relação dialógica com o ditado popular “achado não é roubado”, evidenciando o estereótipo do brasileiro desonesto.

Ressalve-se que o *étos* não se depreende do enunciado, mas da enunciação pressuposta, ou seja, das marcas da enunciação que foram deixadas no enunciado. Tais marcas autorizam o enunciatário a construir uma imagem do enunciador formada por uma linguagem simples e informal, que vai aumentar a curiosidade e, conseqüentemente, ganhar a atenção do enunciatário. Ao proferir um discurso, o enunciador do *Programa Silvio Santos* escolhe o que vai ser dito e como vai ser dito, levando em conta aquilo que ele crê que o enunciatário julga positivo.

Assim, a construção de tal imagem, que subentende uma formação ideológica de que o brasileiro valoriza o “jeitinho”, visa à interação, uma vez que esta só acontece à medida que se estabelece uma interseção entre o universo axiológico (conjunto de crenças e valores) do enunciador em relação ao universo axiológico do enunciatário.

### ***Silvio Santos brinca com o auditório***

No segundo programa analisado, P2, um quadro específico pauta a análise, “Silvio Santos brinca com o auditório”, apresentado no dia 9 de fevereiro de 2014. É composto por brincadeiras que apresentam jogos que envolvem palavras, perguntas e operações matemáticas. Nesse quadro do programa, Silvio Santos escolhe aleatoriamente uma participante do auditório, chamando-a pelo nome, que se destaca em um crachá na parte superior de sua roupa. O apresentador explica rapidamente as regras do jogo e busca a confirmação se a

3 Segundo Fiorin (2005), formações ideológicas se referem a uma visão de mundo de um grupo/ classe social que determina os sentidos de uma formação discursiva.

participante da vez de fato compreendeu, visando garantir o bom andamento da interação proposta.

O fato de o apresentador conceder premiações aos participantes de seus quadros é uma situação relacionada à manipulação por tentação evidenciada por Fiorin (2000, p. 21), a saber, “quando o manipulador propõe ao manipulado uma recompensa, ou seja, um objeto de valor positivo, com a intenção de levá-lo a fazer alguma coisa, dá-se uma tentação”. Estabelece-se, assim, um contrato entre um destinador “Silvio Santos” e um destinatário “plateia”, por meio do qual o primeiro oferece uma recompensa e o segundo aceita a manipulação.

Diante disso, em última instância, ocorre a sanção. Fiorin (2000, p. 23) explica que a sanção está relacionada ao processo de premiação:

Nela ocorre a constatação de que a performance se realizou e, por conseguinte, o reconhecimento do sujeito que realizou a transformação. Eventualmente, nessa fase, distribuem-se prêmios e castigos. Nas narrativas conservadoras, o bem é sempre premiado e o mal, punido.

Com relação à sanção, a premiação e a punição se relacionam ao que acontece no *Programa Silvio Santos*. Quando as perguntas feitas por ele são respondidas de maneira correta, é oferecido o prêmio integral de 50 reais. Quando o participante não acerta a resposta, apenas uma pequena parcela do total lhe é entregue, sendo essa uma maneira representativa de punição do destinador.

As perguntas exibem características pessoais e abordam a idade, o estado civil e a localidade das participantes. O próprio apresentador é quem formula os assuntos abordados, com base em uma pauta preexistente elaborada pela produção. Ele é quem delimita o tipo e tamanho das respostas. Antes mesmo de a participante concluir a resposta, Silvio Santos já está elaborando outra pergunta.



É importante enfatizar o fato de que o enunciador adapta seu discurso conforme o perfil e as especificidades de cada enunciatário. Durante a participação de uma das mulheres do quadro em questão, a relação entre temas e figuras se faz fortemente presente no conteúdo da interação.

Cabe dizer que

tema é o elemento semântico que designa um elemento não presente no mundo natural, mas que exerce o papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis. São temas, por exemplo, amor, paixão, lealdade, alegria. (FIORIN, 2005, p. 24)

*Figura*, por sua vez, “é o elemento semântico que remete ao mundo natural: casa, mesa, mulher, rosa etc. A distinção entre ambos é, pois, de maior ou menor grau de concretude (FIORIN, 2005, p. 24). Os discursos determinados pela formação social apresentam, fundamentalmente, traços de formações ideológicas. Essas ideologias estabelecem um conjunto formado estruturalmente em um discurso composto por temas e figuras.

O diálogo entre Silvio Santos e a participante é dinâmico, composto por perguntas formuladas, pressupondo respostas curtas.

LINGUAGEM VISUAL	LINGUAGEM VERBAL
	<p>Silvio: Você sabe que uma moça como você, a gente olha pra você e você tem a perna grossa.          Andreza: (Silêncio)          Silvio: Não fala?          Andreza: Falo.          Silvio: Tem a perna grossa ou não tem?          Andreza: Grossa, bem grossa.          Silvio: E você se sente bem com a perna grossa?          Andreza: Sim.          Silvio: Quando você vai à praia, você vai de biquíni ou vai de maiô?          Andreza: Biquíni.          Silvio: Mas biquíni pequenininho?          Andreza: Grande.          Silvio: E que praia você frequenta?          Andreza: Praia Grande.          Silvio: Aonde, lá em Santos?          Andreza: Em São Paulo.          Silvio: Você mora aonde?          Andreza: Cotia.          Silvio: É longe da Praia Grande até Cotia?          Andreza: Um pouco.          Silvio: E você, os rapazes quando veem você na praia, eles falam alguma coisa pra você?          Andreza: Eles ‘mexe’.          Silvio: Quem?          Andreza: Eles ‘mexe’, às vezes.          Silvio: Mexem, mas, o que que eles falam?          Andreza: Ah, eles falam: ‘Oi, gatinha! Tudo bem?’          Silvio: E você se sente uma gatinha?          Andreza: Não.</p>
	

**Figura 9** – Silvio Santos brinca com o auditório (P2).

Fonte: Elaborada pelos autores com base no programa exibido em 9 fev. 2014. (Cf. PROGRAMA..., 9 fev. 2014c)

Vaidade e sensualidade são temas que marcam a estrutura discursiva da interação, bem como a recorrência de figuras que remetem à mesma temática proposta pelo enunciador, como “roupas curtas”, “perna grossa”, “biquíni”, “maiô” e outras. O conjunto de representações dessas figuras dá origem à temática do discurso. É exercido, então, um juízo ideológico em relação à imagem da participante.

Pelo uso de roupas curtas, o apresentador pressupõe que a participante oferece a liberdade necessária para as perguntas formuladas por ele com relação ao tema. A interação inclui perguntas como “Você vai à praia de biquíni ou de maiô?” e também indaga sobre o tamanho da roupa de banho: “Você vai de biquíni pequenininho?” Isso demonstra que as figuras que levaram o enunciador à construção da imagem da participante continuam a influenciar seu discurso.

Em outra passagem, esse aspecto também é perceptível. Quando o apresentador recorre novamente ao tema da sexualidade, referindo-se ao possível assédio masculino que a participante sofre, ele é novamente induzido pela pressuposta imagem que formulou com base em figuras por ela representadas.

Existem, também, elementos no enunciado verbal que reafirmam características tanto do público que participa do auditório quanto do público a que se dirige o programa. A participante, que não faz uso da concordância verbal em “eles mexe”, insere-se na mesma formação ideológica do público telespectador.

Os discursos, portanto, carregam consigo um sistema de valores entendidos como estereótipos dos comportamentos humanos valorizados positiva ou negativamente. Esses estereótipos, muitas vezes, são determinantes do comportamento social, sendo presentes de tal maneira que acabam sendo considerados “naturais”.


### *Jogo dos pontinhos*

No terceiro programa analisado (P3), exibido no dia 16 de fevereiro de 2014, Silvio Santos apresenta novamente o quadro “Jogo dos pontinhos”. O elenco de artistas é composto por cinco atores fixos, como enfatizado em P1. O convidado é o ator Luís Henrique Benincasa, que dá vida à personagem Mamma Bruschetta. Para responder a tais perguntas, o apresentador escolhe quatro mulheres aleatórias do auditório, chamando-as pelo nome posicionado no crachá, por alguma característica física tais como a cor do cabelo, posicionamento no auditório (“vem você ali do canto”) ou outras características pessoais. Isso se realiza

sempre com a intenção de criar um efeito de intimidade e aproximação com seu público. Assim, cria-se um *éthos* de um apresentador carismático, irreverente e animado.

A pergunta da rodada é: “O que é que vocês preferem, ficar sem dinheiro ou ficar sem fazer sexo?”. O apresentador percebe que a pergunta não é apropriada para as participantes, cuja idade é de 14 anos. Silvio Santos, então, desculpa-se dizendo: “Eu sei que vocês não entendem de nenhum dos assuntos, mas a culpa não é minha, eu chamei vocês, mas não sabia qual era a pergunta.”

A resposta de todas é a mesma na opção ficar sem fazer sexo. O comunicador as aconselha dizendo que todas precisam pensar assim mesmo, que fazer família é mais importante do que a lua de mel, e brinca que a idade das quatro juntas não chega à idade dele.

LINGUAGEM VISUAL	LINGUAGEM VERBAL
	<p>Silvio: Todas têm que ficar mesmo sem fazer sexo, fiquem assim porque depois vocês casam, aí depois quando casarem pensem nesse assunto. Que o negócio não é mais o como eu tenho dito, não é mais lua de mel, ninguém mais está pensando no mel, todo mundo toma o mel antes, o negócio é fazer família, né? Fazer família é mais importante do que lua de mel, tá? Quatorze anos todo mundo? Que coisa, hein? As quatro somadas não chegam a minha idade.</p>

**Figura 3** – Jogo dos pontinhos (P3).

Fonte: Elaborada pelos autores com base no programa exibido em 16 de fevereiro de 2014. (Cf. PROGRAMA..., 2014a)

Observa-se que a figura “família” utilizada no discurso remete a valores do lar, da boa esposa, “amélia”<sup>4</sup>. Já “lua de mel” e “mel” remetem ao tema do desejo, do sexo antes do casamento, não vista com bons olhos pela formação ideológica (FI) do Programa Silvio Santos.

A tais temas subjaz, no nível fundamental, a oposição semântica de base sagrado *versus* profano, na qual o profano (sexo e dinheiro) é axiológico negativamente. A categoria no nível fundamental estabelece a relação entre sagrado/*versus*/profano, em que o enunciador disforiza tanto o dinheiro quanto o sexo. Na hora da premiação, o apresentador

<sup>4</sup> Segundo o *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, o termo “amélia” designa: “Mulher amorosa, passiva e servil” (AMÉLIA, 2001, p. 186).

entrega o valor estipulado para as participantes e acrescenta ao final que os pais de todas elas ficaram muito felizes com as respostas, euforizando, dessa maneira, figuras e temas do discurso como família e castidade. Paradoxalmente, cabe dizer que apesar de disforizar figuras como “dinheiro” e “sexo”, o apresentador faz uso abundante do primeiro em seu programa, seja entregando-o diretamente à participante, seja jogando-o em forma de “aviõezinhos”.

## Conclusão

Considerando as análises apresentadas, principalmente tendo em vista resgatar certos traços e invariantes, é possível reconstruir o *éthos* – a imagem – criado de Silvio Santos em seu programa dominical. Cabe ainda dizer que esse *éthos* emerge da interação do apresentador com as participantes do auditório e o elenco convidado. É preciso ainda levar em conta que essa relação SS/plateia ou SS/elenco implica a relação entre enunciador (autor implícito do *Programa Silvio Santos*) e enunciatário (telespectador implícito), visto que um enunciado é sempre produto de uma enunciação pressuposta. Assim, o *éthos* de SS se constrói com base em um efeito de intimidade com as participantes, mas, por outro lado, impõe-se a figura de um sujeito autoritário.

É digno de nota que, embora pelo enunciado verbal SS disforize o dinheiro, pela enunciação sincrética (TEIXEIRA 2008; SOUSA, 2009) – por meio da linguagem visual – ocorre o contrário, quando o apresentador joga os famosos aviõezinhos de dinheiro como estratégia de tentação. Assim, temos que linguagem verbal e linguagem visual convergem para isotopias distintas. Nesse caso, a primeira axiologiza disforicamente o dinheiro, enquanto a segunda o faz euforicamente.

Outro ponto que define o *éthos* de SS é o da sexualidade, partindo do pressuposto depreendido no P2, em que o apresentador indaga à participante: “Tem a perna grossa ou não tem? Quando você vai à praia, você vai de biquíni ou vai de maiô?” Quanto à formação ideológica, expressa em formação discursiva, por meio de percursos temáticos e figurativos, o quadro axiológico do enunciador valora positivamente elementos como a castidade, a família tradicional, a submissão feminina e, além disso, a valorização do jeitinho brasileiro. Em P1, os elementos em proeminência dão destaque a essa valorização: “O Cabrito Teves encontrou uma carteira na rua recheada de dinheiro e colocou: “no bolso”, “na calça”, “no cofrinho”, “em casa”.” Temos, assim, um *éthos* constituído de valores como “castidade”, mas também “sexualidade” e, ainda, um *éthos* que valora positivamente o “jeitinho”.

Tudo isso aponta para a construção de um *éthos* complexo que articula os termos /sagrado/ e /profano/. Dessa forma, para que haja comunicação, interação, é preciso que o quadro axiológico do enunciador e o do enunciatário converjam, isto é, sejam coincidentes total ou parcialmente (FIORIN, 2012b). Assim, ao flagrarmos a existência de um *éthos* que se configura na complexidade entre o /sagrado/ e o /profano/, deduz-se que o *páthos* a quem esse *éthos* se dirige comunga tais valores.

Assim, depreender a construção de um *éthos* complexo, em que se sobrepõem os termos /sagrado/ e /profano/, corrobora a proposta deste dossiê, em que binarismos, muitas vezes, não dão conta de processos culturais contemporâneos.

Cabe afirmar, por fim, que instrumentos metodológicos da semiótica dita *standard*, como o quadrado semiótico, ou seja, “a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 400), mostram-se ainda válidos para a análise de fenômenos atuais marcados pela complexidade<sup>5</sup>.

### *The ethos of Silvio Santos: complexity and construction of an image*

#### **Abstract**

*This paper, whose research is based on French semiotics, aims to comprehend how Silvio Santos's (Brazilian TV show host and entrepreneur) ethos is constituted. This concept, arising from Aristotle's rhetoric, refers to the enunciator's image, established through the discourse. Specifically, we study the ethos through the interaction between Silvio Santos and his public on the Programa Silvio Santos on Sundays. For the analysis, three stages of Silvio Santos Show were selected and supported by concepts such as manipulation, themes and figures, ideological and discursive formations, whereby it was possible to identify elements that converge to the constitution of an ethos marked by the complexity, composed by the overlap of the terms /sacred/ and /profane/, corroborating the purpose of this dossier, in which binarisms, often, are not completely capable of analyzing contemporary cultural processes.*

**Keywords:** *Semiotics. Ethos. Complexity. Interaction. Silvio Santos.*

## **Referências**

AMÉLIA. In: INSTITUTO ANTÔNIO HOUAISS. *Grande dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

<sup>5</sup> Ainda que desdobramentos recentes da teoria venham se debruçando sobre a questão da complexidade, como a semiótica tensiva de Zilberberg. (Cf. ZILBERBERG, 2011)

- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de éthos á análise do discurso. In: \_\_\_\_\_. *Imagens de si no discurso: a construção do éthos*. São Paulo: Contexto, 2008a. p. 9-28.
- AMOSSY, Ruth. Ethos prévio e ethos discursivo: o exemplo de Romain Rolland. In: \_\_\_\_\_. *Imagens de si no discurso: a construção do éthos*. São Paulo: Contexto, 2008b. p. 145-165.
- BARTHES, Roland. A retórica antiga. In: COHEN, J. et al. *Pesquisas de retórica*. Petrópolis: Vozes, 1975. p. 147-221.
- FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2000.
- FIORIN, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 2005.
- FIORIN, José Luiz. O éthos do enunciador. In: \_\_\_\_\_. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2012a. p. 137-151.
- FIORIN, José Luiz. O páthos do enunciatário. In: \_\_\_\_\_. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2012b. p. 153-162.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto, 2008.
- PEGADINHA. In: HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- PROGRAMA Silvio Santos. *Jogo dos pontinhos*. 16 fev. 2014a. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/>>. Acesso em: 20 fev. 2014.
- PROGRAMA Silvio Santos. *Jogo dos pontinhos*. 2 fev. 2014b. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/>>. Acesso em: 20 fev. 2014.
- PROGRAMA Silvio Santos. *Silvio Santos brinca com o auditório*. 9 fev. 2014c. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/>>. Acesso em: 20 fev. 2014.
- SOUSA, Silvia. M. *Silvio Santos vem aí: programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica*. 2009. 197 f. Tese (Doutorado) – Escola de Letras, Universidade Federal Fluminense (UFF), Rio de Janeiro, 2009.
- TEIXEIRA, Lucia. Achados e perdidos: análise semiótica de cartazes de cinema. In: LARA, G. M. P. et al. (Org.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Lucerna; Nova Fronteira, 2008. v. 1, p. 169-198.
- UNIVERSIDADE FUMEC. Ementas: processos culturais contemporâneos. *Revista Mediação*, Belo Horizonte, 1º sem. 2016. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/announcement/view/11>>. Acesso em: 1º jun. 2016.
- ZILBERBERG, Claude. *Elementos de semiótica tensiva*. São Paulo: Ateliê, 2011.

Enviado em 7 de dezembro de 2015.

Aceito em 25 de abril de 2016.