

## MERLI - MESTRE DA CRIATIVIDADE E DO DISCURSO – UMA ANÁLISE DO ETHOS COMO IMAGEM DE SI

Mikaela de Souza<sup>1</sup>  
Cristiano Max Pereira Pinheiro<sup>2</sup>

### Resumo

O principal aspecto a ser observado neste estudo são as características comunicadas através do discurso, com ou sem intenção, evidenciadas a partir da imagem de si construída pela personagem Merlí Bergeron, do seriado espanhol Merlí. Para isso, conceitos de criatividade (Sternberg, 2006) e ethos como imagem de si (MAINGUENEAU, 1997, 2015, 2020) serão desenvolvidos como arcabouço teórico para fundamentação de análise. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e descritiva, de cunho bibliográfico, com abordagem qualitativa, tendo como corpus o primeiro episódio da série *Os Peripatéticos*. A análise remete como indicador de resultado a compreensão de um ethos provocativo, que evoca a todo instante estratégias argumentativas como forma de criar uma imagem de veracidade e identificação com seu coenunciador. Além disso, evidencia-se como Merlí utiliza dos recursos da criatividade para assegurar a legitimação das suas estratégias discursivas.

**Palavras-chave:** Merli. Criatividade. Ethos discursivo. Análise do discurso.

## MERLI – MASTER OF CREATIVITY AND SPEECH – ETHOS ANALYSIS AS YOURSELF IMAGE

### Abstract

The main aspect to be observed in this study are the characteristics communicated through the speech, with or without intention, evidenced from the image of oneself built by the character Merlí Bergeron, from the Spanish series Merlí. For this, concepts of creativity (Sternberg, 2006) and ethos as an image of self (MAINGUENEAU, 1997, 2015, 2020) will be developed as a theoretical framework for the analysis. The study is characterized as an exploratory and descriptive research, of bibliographic nature, with a qualitative approach, having as corpus the first episode of the series *Os Peripatéticos*. The analysis refers, as a result indicator, to the understanding of a provocative ethos, which constantly evokes argumentative strategies as a way of creating an image of veracity and identification with its co-announcer. In addition, it is evident how Merlí uses the resources of creativity to ensure the legitimacy of his discursive strategies

**Keywords:** Merli. Creativity. Discursive ethos. Speech analysis.

---

<sup>1</sup> Estudante de Licenciatura em Artes Visuais (Feevale), Designer gráfico e Mestra em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. Apaixonada pelo universo da educação, atualmente integro o time do Senac RS, atuando como Docente do Programa de Aprendizagem. ORCID < <https://orcid.org/0000-0002-7041-7149> >. E-mail: mikaela@feevale.br.

<sup>2</sup> Professor e Coordenador do Mestrado em Indústria Criativa (Universidade Feevale); Doutor em Comunicação Social (PUCRS). ORCID < <https://orcid.org/0000-0002-2038-8191> >. E-mail: maxrs@feevale.br

## 1 INTRODUÇÃO

Como um ativo inerente ao ser humano, a criatividade é considerada um dos atributos mais importantes do século XXI (KAUFMAN; BEGHETTO, 2009), frente aos desafios econômicos, políticos e sociais vividos na contemporaneidade. Conforme Simonton (2000), os atributos criativos não se apresentam apenas como um fenômeno psicológico, mas como um comportamento social e pessoal, que necessita ser estimulada no mundo cotidiano. A criatividade é o elemento que diferencia os sujeitos pelas escolhas e inferências produtivas e criativas ao longo da vida e, como um desenvolvimento de capacidades e habilidades individuais, pode ser analisada a partir de um viés discursivo-enunciativo, como forma de perceber traços e comportamentos que emanam um determinado *ethos criativo*.

Ao inferir a noção de *ethos*, recorre-se as teorias da análise de discurso propostas por Dominique Maingueneau (2008a; 2015; 2020), que reconhece o *ethos* a partir da tradição retórica de Aristóteles discutido como uma noção coextensiva ao uso da linguagem. A partir da imagem de si representada ao mundo pelo discurso, o *ethos* se constitui como uma maneira de *ser* observado em uma maneira de *dizer*. O dinamismo do discurso ajuda a conceber a imagem de si como atributo para legitimação do enunciador junto ao seu destinatário, tendo como resultado o *ethos* discursivo. O laço estabelecido entre o corpo e o discurso evoca a realidade das práticas languageiras e das relações estabelecidas entre os sujeitos com os outros e com o mundo. Nesse sentido, as pistas discursivas identificam não apenas as ideias corporificadas no discurso, mas também como funcionam as formações discursivas da sociedade, observando assim os movimentos da criatividade e da linguagem.

As formações discursivas e a imagem de si organizam a vida e a linguagem da sociedade e são elementos que colaboram para a observação do discurso criativo proposto nas narrativas dos formatos seriados de televisão. O interesse por essa temática surge a partir da personagem Merli Bergeron Calduch, do seriado televisivo *Merli*, uma produção da TV3, televisão espanhola. A estrutura narrativa do seriado se passa numa escola pública de Ensino Médio em Barcelona, onde a personagem é docente de filosofia. Cada episódio do seriado é contemplado pelo nome de um filósofo que inspira o desenvolvimento do enredo. Conforme Batista (2019), combinado com o drama jovem e as lições que evidenciam os filósofos mais conhecidos, o seriado tem o objetivo de tornar a filosofia acessível para o público e particularmente para os estudantes.

Dessa forma, o seriado se propõe a discutir as cenas validadas que se criam sobre o ensino da filosofia, apresentando um professor com um perfil ousado, que se destaca pelos seus comportamentos de persuasão e excentricidade no seu fazer docente.

Ao agregar conceitos teóricos da linguagem e da criatividade, esse estudo pretende identificar e analisar como se institui o ethos discursivo da personagem Merli Bergeron, a partir da imagem de si representada no primeiro episódio, *Os Peripatéticos*, do seriado *Merli*, onde é apresentado o universo ficcional do seriado. O estudo foi desenvolvido para a disciplina *Aspectos Comportamentais e Criativos para Inovação*, no âmbito do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. Apresenta-se a seguir a fundamentação teórica sobre criatividade, a partir do olhar de Sternberg (2006).

## 2 CRIATIVIDADE EM CENA

O principal aspecto a ser observado neste estudo são as características comunicadas através do discurso, com ou sem intenção, evidenciadas a partir da imagem de si construída pela personagem Merli. As características que a personagem externaliza denotam um certo ethos criativo, pressupostos pela sua maneira de agir e falar diante de seus alunos e colegas de ensino. Ao compreender que a criatividade é o atributo que diferencia os sujeitos pelas inferências produtivas e criativas sobre os meios ao seu redor, desenvolvendo capacidades e habilidades, pretende-se neste tópico, apresentar conceitos teóricos de personalidade criativa que atuem como fundamentação para a análise enunciativa-discursiva em questão.

A criatividade pode ser entendida como um espaço de convergência de conceitos, onde não há definição única e não problemática que a defina até a atualidade. O que existe é uma riqueza de ênfases e dimensões, que caracterizam o espaço de tensão em que circulam os estudos da criatividade e processo criativo. Tal realidade denota o caráter transversal do conceito, que perpassa diferentes níveis da vida cotidiana. Isto posto, para expressar a necessidade conceitual de análise alinhada as perspectivas discursivas, o teórico Robert Sternberg (2006) é associado a esta discussão, com preposições conceituais acerca da natureza da criatividade e seus recursos.

Nos estudos da natureza da criatividade, Sternberg (2006) utiliza uma confluência de conceitos retirada da teoria de investimento da criatividade, proposta por Sternberg e Lubart

(1995), onde a reflexão inicial compreende que as pessoas consideradas criativas são capazes e que se dispõem no campo das ideias a *comprar baixo e vender alto*. Isso significa que o indivíduo criativo deve estar disposto a reconhecer as ideias que pareçam desconhecidas ou desfavoráveis, mas com potencial de crescimento, para que possam ser trabalhadas. Em seguida, ele persiste diante da resistência de abandonar a ideia, trabalha seus potenciais e acaba vendendo alto, passando para a próxima nova ideia.

Para alcançar a criatividade a partir da Teoria de Investimento, requer-se a confluências de seis recursos distintos, a saber: a capacidade intelectual, o conhecimento, o estilo de pensamento, a personalidade, a motivação e o ambiente. A confluência dessas dimensões são variáveis mais ou menos utilizadas conforme a tomada de decisão individual e é o que diferencia e modela a criatividade dos indivíduos, bem como seu processo quando na coletividade. Nesse sentido, a criatividade não acontece a partir do desenvolvimento de um recurso, nem do desenvolvimento de todos, mas da confluência de todos eles, com diferentes contribuições de domínios.

Primeiramente, Sternberg (2006) compreende a capacidade intelectual como um atributo dividido em três habilidades menores: a capacidade de síntese, a consciência analítica e a habilidade prática-contextual, que utilizadas em equilíbrio podem estruturar com melhores condições a tomada de decisões perante a novas ideias. A capacidade de síntese é compreendida como a visualização de um problema e o afastamento do pensamento convencional para a proposição de diferentes resoluções. Se trata de ter novas ideias, distintas de resoluções comum. A habilidade analítica diz respeito a consciência do quanto é válido perseguir uma ideia ou não. Sem essa consciência, o indivíduo tem um grande poder de crítica que não necessariamente é criativo, mas altamente reflexivo que não o permite ir adiante. Já a habilidade prático-contextual, entendida também como capacidade persuasiva, diz respeito a forma de vender a outros a ideia. Se esta habilidade é desenvolvida sozinha, ela pode levar a uma aceitação social de uma ideia não por ser boa, e sim, por ser bem vendida. O equilíbrio das habilidades molda a capacidade intelectual do indivíduo possibilitando a concepção de ideias à frente das premissas básicas de planejamento.

O conhecimento como segundo recurso pode ser entendido como propulsor ou limitador das ideias que o indivíduo pode direcionar em sua vida. Para algumas pessoas, o máximo de conhecimento sobre uma área pode engessar o pensamento criativo, pois torna o indivíduo menos suscetível a contrapor os conhecimentos estabelecidos, mesmo estando inteirado de

recompensas e riscos, as possibilidades de mudança e as motivações que levam a ela. Para outras, o mínimo de conhecimento sobre uma área se torna impulso para a experimentação do novo.

Por um lado, é preciso saber o suficiente sobre um campo para avançar. Não se pode ir além de onde está um campo se não se sabe onde está. Por outro lado, o conhecimento sobre um campo pode resultar em uma perspectiva fechada e entrincheirada, resultando em uma pessoa que não está indo além da maneira como viu problemas no passado. O conhecimento, portanto, pode ajudar ou dificultar a criatividade (STERNBERG, 2006, p. 88).

O estilo de pensamento, terceiro recurso, trata da forma escolhida de como será entregue as habilidades do indivíduo, isto é, “em essência, as decisões sobre como implantar as habilidades disponíveis para uma pessoa” (STERNBERG, 2006, p. 88). O teórico cita que o estilo de pensamento pode diferenciar um indivíduo que gosta de pensar em novas linhas, e outro que prefere pensar bem, por exemplo. Este recurso ainda contribui para o pensamento criativo do indivíduo, “se é capaz de pensar globalmente e localmente, distinguindo a floresta das árvores como uma forma de reconhecer quais questões são importantes e quais não são” (STERNBERG, 2006, p. 88).

A personalidade, como quarto recurso, oferta alguns atributos que influenciam no funcionamento criativo do indivíduo. Alguns dos aspectos que pressupõem a personalidade podem ser as predisposições do indivíduo de superar obstáculos, tolerância e autoconfiança, tomada de riscos, por exemplo. Estes atributos não são fixos, mas são fazem parte dos processos de tomada de decisão ao identificar uma ideia por parte de um indivíduo. Num dos estudos de Sternberg e Lubart (1995), percebeu-se que a tolerância a riscos é associada à criatividade artística do que científica, por exemplo. A tomada de decisão de arriscar-se está elencada conforme a personalidade do indivíduo, que identifica no seu campo as possibilidades para correr riscos ou não. A criatividade é compreendida por Eysenck (1999) como um traço de personalidade, sendo um dos fatores que contribuem para a realização criativa. Conforme o teórico, essa realização pode ser relacionada aos talentos verbais, musicais, viso-espaciais, ou científicos, que associados a resolução de um problema maior, podem ativar a tomada de decisões através de um pensamento diferente do comum.

O quinto recurso apresentado é a motivação. Conforme Sternberg (2006, p. 89) a motivação intrínseca e focada é muito importante para o trabalho criativo, visto que os

indivíduos “raramente realizam um trabalho realmente criativo em uma área, a menos que realmente amem o que estão fazendo e se concentrem no trabalho, em vez das recompensas potenciais”. Nesse sentido, a motivação não é inerente aos sujeitos, sendo necessário um direcionador do desejo de fazer, transformando-se em motivação. O trabalho criativo normalmente está associado a passionalidade do fazer e não a uma recompensa tangível, como reputação, honra ou dinheiro.

Por fim, o último recurso apresentado por Sternberg (2006, p. 90) é o ambiente. O ambiente não é considerado somente uma estrutura física, como também um conjunto de sentimentos de apoio que influenciam em maior ou menor grau no processo criativo do sujeito. O teórico aponta que é “indivíduo, portanto, deve decidir como responder diante dos desafios ambientais quase onipresentes que existem”. Alguns criativos necessitam de um ambiente que os apoie e recompense para a geração de novas ideias e a composição de outras pessoas neste espaço influência significativamente nas características criativas do ambiente.

De acordo com Sternberg (2006) as características de um indivíduo criativo se apresentam na possibilidade da tomada de decisões de cada um desses recursos, podendo ser limitados, compensados ou trabalhados de forma interativa. A criatividade como resultado do processo individual será a capacidade de envolver mais do que uma simples soma do nível em cada um dos domínios, mas sim a tomada de decisão de usá-los em cada uma das situações pertinentes no processo de criação.

Na sequência, apresenta-se a seguir a fundamentação teórica sobre ethos como imagem de si, a partir do olhar de Maingueneau (2008a, 2015, 2020).

### **3 ETHOS COMO IMAGEM DE SI**

A partir da análise do discurso, percebe-se que a construção de uma imagem de si está essencialmente ligada à enunciação, à linguagem empregada ao constituir do sujeito social e por si, discursivo. A instância da enunciação que perpassa o sujeito em seu dizer possui duas faces, conforme Maingueneau (2008b, p. 33): “por um lado, ela constitui o sujeito em sujeito de seu discurso, por outro, ela o assujeita”. Isso por que ao atribuir autoridade ao enunciador ela o legitima, mas também lhe submete às suas regras linguísticas. O ato de produzir um

enunciado lembra a um locutor que utiliza da língua e a partir dela inscreve a sua subjetividade para construir os encadeamentos necessários entre a linguagem e a sua representação.

Para ter seu discurso legitimado, o enunciador encena suas intenções com características cínicas ou honestas que podem convencer seu público ou não. O espaço em que ocupa para seu dizer, o papel que institui a cenografia que emerge do discurso e o ethos que incorpora como imagem de si são partes integrantes da situação de enunciação em que o sujeito toma a palavra e se posiciona como ser social.

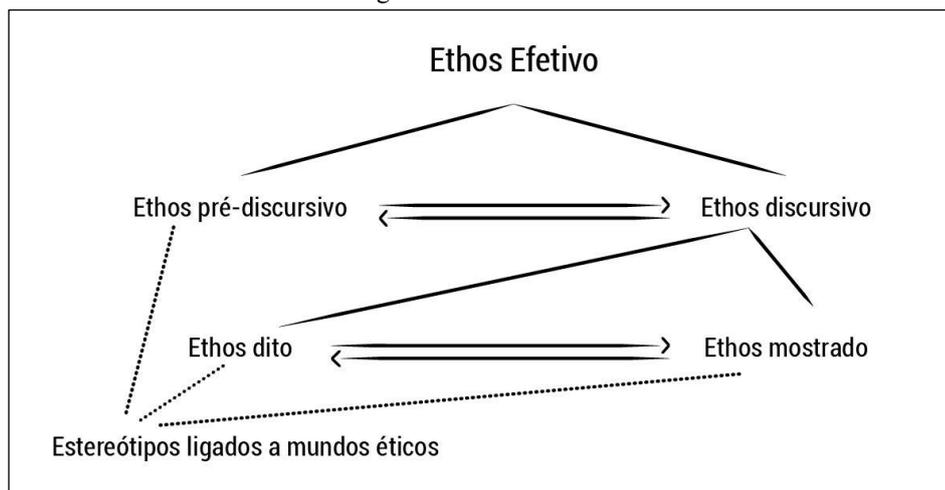
Nesse sentido, conforme Maingueneau (2020, p. 9), “estudar o ethos é se apoiar em um dado simples, intuitivo, coextensivo a todo uso da linguagem: o destinatário constrói uma representação do locutor por meio daquilo que ele diz e de sua maneira de dizê-lo”. Ao tomar a palavra, o locutor coloca em risco sua imagem e tenta orientar seu destinatário de uma forma que forneça um entendimento favorável ao seu respeito. A imagem prévia que se faz do orador, está baseada em representações socialmente partilhadas e cristalizadas entre os indivíduos. A imagem em si, ou seja, o ethos, é construído pelo discurso e pela cena de enunciação que envolve um caráter, uma corporalidade e um tom que autoriza o que é dito.

Ao desenvolver a noção de ethos a partir da tradição retórica de Aristóteles, Maingueneau se propõe a discutir de forma ampla como “além da persuasão por argumentos, a noção de ethos permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva” (MAINGUENEAU, 2015, p. 69). Esta posição discursiva na qual o sujeito se coloca não se trata de uma representação estática, mas uma forma dinâmica, construída no movimento de sua fala. Dessa forma, a efetividade do ethos deve-se ao fato de ele envolver a enunciação sem estar explicitado no enunciado, ou seja, um *ethos discursivo*. “O destinatário atribui a um locutor inscrito no mundo, fora de sua enunciação, traços que são, na realidade, intradiscursivos, pois são associados à maneira com que ele está falando” (MAINGUENEAU, 2020, p. 11). Para compreender efetivamente o ethos discursivo, deve-se observar a interação de dois fatores: o ethos *mostrado*, que resulta da maneira de falar e o ethos *dito*, que resulta do que o locutor diz de si mesmo enquanto fala.

O ethos está vinculado ao ato de enunciação desde o início, entretanto, o destinatário mantém uma representação sobre o enunciador antes mesmo que ele fale. Desse modo, Maingueneau (2008c; 2013; 2020), apresenta a distinção entre ethos *discursivo* e o ethos *pré-discursivo* (ou *prévio*). O ethos pré-discursivo é considerado uma noção extradiscursiva e

consiste na imagem prévia que o auditório tem de seu enunciador, e com efeito, o orador tenta consolidá-la, atenuá-la ou retificá-la. Conforme a Figura 1 ilustra, o ethos *efetivo* do enunciador é caracterizado pela “interação entre seu ethos pré-discursivo, seu ethos discursivo (ethos mostrado), os fragmentos do texto no qual ele evoca sua própria personalidade (ethos dito)” (MAINGUENEAU, 2020, p. 12).

Figura 1 – Ethos efetivo



Fonte: Maingueneau (2008b, p. 71)

Assim, a noção de ethos em análise do discurso é compreendida como um saber interdisciplinar que possui um acordo implícito sobre suas ideais fundamentais, a saber: o ethos é uma noção discursiva, não se constrói de uma imagem do locutor externa à fala, mas sim mediante o discurso; está vinculado a um processo de interação e de influência de outros sujeitos do discurso; e é uma noção sociodiscursiva, ou seja, híbrida, só pode ser entendido e avaliado como um comportamento social mediante uma situação de comunicação histórica determinada (MAINGUENEAU, 2020).

Para aderir a uma posição discursiva e legitimar o ethos de forma efetiva, Maingueneau (2020) compreende que o enunciador coloca-se sobre a problemática da *incorporação*. A noção de ethos permite refletir sobre a adesão dos sujeitos ao universo configurado pelo enunciador, dessa forma, para integrar o ethos retórico na análise de discurso é realizado um duplo deslocamento. Num primeiro momento, é preciso desassociar que os efeitos causados em uma determinada plateia são impostos pelo sujeito enunciador, mas entender que, para a análise do discurso, esses efeitos são causados pelas escolhas discursivas desse enunciador, ou seja, “o

que é dito e o *tom* com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis” (MAINGUENEAU, 1997, p. 46). Num segundo momento, diferentemente da concepção do *ethos* para a retórica, onde apenas a oralidade e os aspectos físicos e de entonação do enunciador eram significantes, para a análise do discurso, a noção de *ethos* deve ser transversal entre o oral e o escrito. Maingueneau entende que “embora o texto seja escrito, ele é sustentado por uma voz específica” a qual ele prefere chamar de *tom* (MAINGUENEAU, 1997, p. 46). Nesse sentido,

o poder da persuasão de um discurso resulta, então, em boa parte, do fato de ele levar o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, mesmo muito esquemático, investido de valores historicamente especificados: as ideias suscitam a adesão do leitor porque a *maneira de dizer* implica uma *maneira de ser* (MAINGUENEAU, 2020, p. 14, grifo do autor).

Ao partir dessa proposição, Dominique Maingueneau (2013) apresenta o *ethos* em um quadro da análise do discurso, onde aborda três pontos interessantes para a constituição do enunciador: *tom*, caráter e corporalidade. O *tom* implica na inserção de uma vocalidade e a partir da leitura oral ou escrita, cria-se a personificação de um “fiador” que irá conter traços psicológicos, o *caráter*. A *corporalidade* é entendida como o jeito de se vestir e se mover no ambiente social, aos comportamentos encarnados. Dessa forma, essas características do fiador “apoiam-se, então, sobre um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apoia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar” (MAINGUENEAU, 2013, p. 72).

O poder estabelecido pelo discurso está engendrado nas características que levam o leitor a se identificar com esse fiador, atribuindo qualidade ao *ethos* e identificando compatibilidades com o mundo em que ele sugeriu em seu enunciado. Sendo assim:

O enunciador não é um ponto de origem estável que se ‘expressaria’ dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado (MAINGUENEAU, 2013, p. 75).

A *incorporação* é o processo pelo qual o destinatário toma pra si o ethos discursivo encenado pelo enunciador e pode ser efetivada em três planos: a enunciação permite instituir um ethos ao fiador, lhe corporificando; o destinatário incorpora, apropriando aquele conjunto de maneiras de ser no mundo, permitindo que habite seu próprio corpo; essas primeiras incorporações assimilam a instituição de um corpo e de uma comunidade imaginária daqueles que aderem ao mesmo discurso (MAINGUENEAU, 2020). O processo de incorporação não se limita a uma identificação com um enunciador fiador, mas implica um mundo ético, do qual o fiador é integrante e legítima pelas representações associadas ao seu comportamento.

Ao construir concepções de como o discurso se movimenta e produz sentido, parte-se para os procedimentos metodológicos os quais caracterizam-se como as lentes de pesquisa em que se observam e analisam o corpus para a concretização da análise neste estudo.

#### 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista de seu objetivo, trata-se de estudo *exploratório*, que tem como finalidade o aprofundamento teórico preliminar para delimitação da pesquisa como um todo e a pesquisa *descritiva* como característica deste trabalho, já que "observa, registra, analisa e ordena os dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador". (PRODANOV; FREITAS, 2013). Como procedimentos técnicos para este ensaio optou-se por uma revisão *bibliográfica* dos conceitos de ethos e incorporação (MAINGUENEAU, 2008a; 2015; 2020) e criatividade (STERNBERG, 2006). Em relação a abordagem do problema, o tipo de pesquisa delinea-se de forma *qualitativa*, pois apresenta "uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números" (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

O corpus para análise foi selecionado a partir da série Merlí, gravada pela TV3 televisão espanhola e veiculada pela plataforma digital *Netflix* em 3 temporadas, com total de 40 episódios. Ao analisar a estrutura narrativa do primeiro episódio *Os Peripatéticos*, que apresenta o universo ficcional da série, observa-se os traços e pistas discursivas da personagem principal, o professor de filosofia Merlí Bergeron. A narrativa fornece o suporte para a escolha

das cenas em que a personagem pesquisada apresente externalidades da imagem de si a partir do discurso.

Ao se propor a compreender como se constrói o ethos discursivo da personagem Merli Bergeron, a partir da imagem de si representada no primeiro episódio, pretende-se adotar um olhar baseado nos constructos teóricos da criatividade (STERNBERG, 2006) afim de observar demonstrações e comportamentos criativos nas práticas discursivas da personagem.

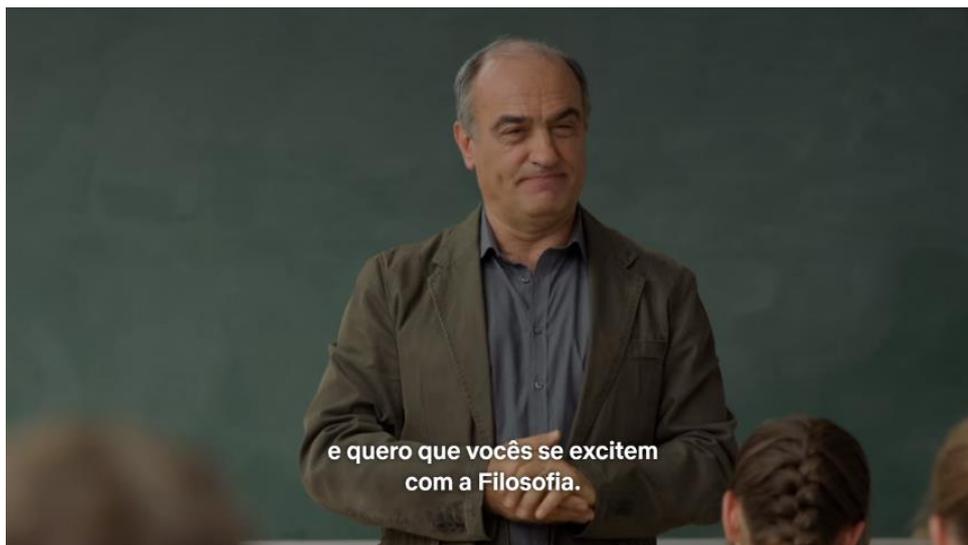
Nesse sentido, a seguir apresenta-se o ensaio de análise da personagem Merli a partir das observações discursivas.

## 5 MERLI BERGERON – MESTRE DA CRIATIVIDADE E DO DISCURSO

Partindo do pressuposto de que todo ato de tomar a palavra resulta na construção de uma imagem de si por parte de quem enuncia (MAINGUENEAU, 2020), neste ensaio, pretende-se identificar e analisar como se constrói a imagem de si da personagem Merli Bergeron, do seriado espanhol Merli.

Merli apresenta maneiras peculiares de discutir a filosofia, observadas a partir de posicionamentos discursivos que envolvem a desconstrução do espaço escolar e das suas expectativas como Professor perante aos alunos. Na cena em que apresenta-se para a turma como o novo Professor (Figura 2), o fragmento discursivo inicial *Bem, meu nome é Merli e quero que vocês se excitem com a Filosofia*, denota como a personagem constrói o ethos dito e mostrado como imagem de si baseada no vocabulário provocativo que tem por intenção causar impacto e chamar atenção dos seus ouvintes para o que veio dizer. Pode-se perceber como o tom incitado pela personagem e as características impostas como o caráter e a corporalidade revelam uma representação do enunciador e seu corpo diante da sua plateia, estabelecendo uma maneira de *ser* através da maneira de *dizer* (MAINGUENEAU, 2013).

Figura 2 – Apresentação do novo professor de filosofia



Fonte: Série Merlí (2015)

Nesta cena, ao explicar sua percepção sobre os estudos da Filosofia na escola, pode-se observar como a personagem constrói uma imagem de veracidade, na medida em que utiliza estratégias argumentativas de persuasão para justificar seu posicionamento discursivo.

Bem, meu nome é Merlí e quero que vocês se excitem com a Filosofia. Quero dizer, proponho contagiá-los com meu interesse pela Filosofia. [...] Estou cansado de dizerem que a Filosofia não serve para nada. Parece que o sistema educacional esqueceu as perguntas: quem somos? De onde viemos? Para onde vamos? Hoje só importa que empresa abrimos, quanto dinheiro ganhamos. A Filosofia serve para refletir. Refletir sobre a vida, sobre o ser humano e para se questionarem as coisas. Provavelmente, é por isso que a querem eliminar, não? Consideram-na perigosa (MERLI, 2015).

Ao posicionar-se com um discurso crítico sobre a instituição escolar enunciando que também ela é administrada a partir de um viés econômico e disciplinar, distante de uma constituição do indivíduo a partir do pensamento e reflexão, logo em sua apresentação inicial diante dos alunos, Merlí constrói um ambiente de intimidade e veracidade, pressupondo-se como o mestre da palavra, quem veio para lhes dizer a verdade.

Neste fragmento, Merlí não se apresenta conforme o estereótipo de um professor criativo, mas pode-se perceber como, ao provocar os jovens para que reflitam, ele se utiliza de atributos como a *capacidade intelectual e conhecimento* (STERNBERG, 2006) para causar o efeito desejado em seu público. Ao vender a sua ideia sobre a filosofia, desmistificando que é

uma matéria que não serve para nada, a personagem apresenta uma solução criativa que causa provocação sobre a matéria e sobre seu *estilo de pensamento* em relação a instituição escolar e a organização social como um todo. Além disso, o *ambiente* escolar também é determinante para a tomada de decisão da ousadia e da criatividade, visto que é um espaço onde ele é o responsável pelo andamento das aulas e da dinâmica de ensino.

Nesse sentido, prosseguindo na mesma cena, Merlí posiciona suas expectativas em relação aos seus destinatários, conferindo-lhes um papel para legitimar sua enunciação, conforme o fragmento:

Eu os quero ver acordados, com as antenas ativadas, atentos ao que acontece ao seu redor. Preparados para assumir as contradições e as dúvidas que a vida apresenta e para afrontar as adversidades. E, sobretudo, como nem sempre se ganha nesta vida, para aprender com as derrotas. Eu sei um pouco sobre o assunto. Ontem, por exemplo, fui despejado de meu apartamento, que era alugado. Sim! Puseram-me para fora, porque eu não pagava! Vocês e eu temos duas coisas em comum, agora que penso nisso: moramos na cada da mamãe e não temos nem um euro (MERLI, 2015).

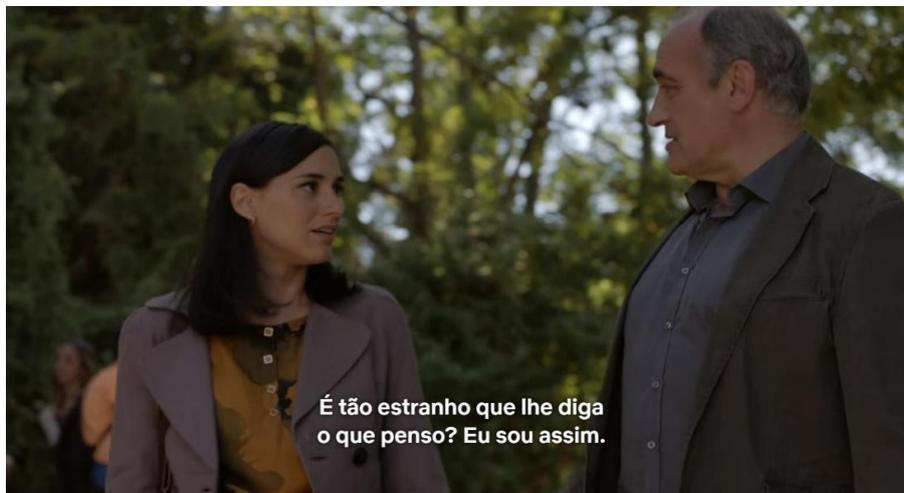
Ao propor suas expectativas em relação aos alunos, para se legitimar, a personagem recorre a um ethos de identificação, que procura lhe colocar em posição de igualdade e semelhança diante de seus alunos. Ao admitir uma situação de sua vida pessoal, Merlí tenta persuadi-los, admitindo ter as mesmas necessidades e anseios que os jovens. Nessa passagem é possível perceber como a personagem desconstrói a relação de poder instituída entre professor e aluno e cita uma adversidade que aconteceu em sua própria vida, lhe conferindo a posição de fiador de seus destinatários. Nesse sentido, é estabelecido a incorporação por parte dos coenunciadores, que ao corporificar o ethos do fiador, lhe incorporam assimilando o conjunto de maneiras de ser no mundo propostas pela personagem (MAINGUENEAU, 2020). Esse processo implica na constituição do mundo ético, do qual o fiador é parte integrante e legítima pelas representações associadas ao seu comportamento.

No ambiente da sala de aula, as relações de poder instituídas entre professores e alunos regulam as relações sociais estabelecidas naquele espaço. A personagem desvia dos padrões de comportamento estereotipados para um Professor e conta aos seus alunos sobre o seu despejo por não pagar o aluguel. Ao contar tal situação, compreende-se o ethos de identificação e humildade como uma estratégia discursiva utilizada pela personagem afim de dissuadir seu público. Assim, Merlí utiliza de atributos como o *estilo de pensamento* e a *personalidade*

propostos por Sternberg (2006) observados na tomada de decisão de contar situações da vida pessoal e tem como resultado a persuasão dos jovens e a simpatia com seu personagem.

A provocação parece ser uma estratégia enunciativa que permeia o discurso de Merlí, perceptível no fragmento em que a personagem utiliza da sinceridade como forma de encantamento para demonstrar seu interesse pela Professora de Inglês Laia (Figura 3). A pista discursiva, *Realmente, você é muito linda. [...] É tão estranho que lhe diga o que penso? Eu sou assim. Quando uma mulher me atrai, eu digo. Isso não significa que queira algo a mais. Só mostro minha admiração pela beleza*, revela como Merlí institui o ethos da verdade e do caráter, demonstrando seu interesse com sinceridade, sem passar dos limites. Entretanto, a sinceridade empregada é compreendida como uma estratégia de sedução, uma tentativa de causar uma impressão e perceber como se comporta seu destinatário. Ao enunciar desta forma, percebe-se que o tom incitado pela personagem é de franqueza e transparência em relação aos seus sentimentos, criando uma representação favorável de si orientada ao seu destinatário que identifica e valida a sua imagem (MAINGUENEAU, 2020).

Figura 3 – Conversa com Professora Laia



Fonte: Série Merlí (2015)

Ao usar da sinceridade como atributo para estabelecer a imagem de si diante da Professora Laia, é possível observar no comportamento da personagem Merlí a *motivação* proposta por Sternberg (2006). Nesse sentido, a utilização de recursos como *estilo de pensamento e personalidade*, são imbricados como estratégias movidas pela motivação de

encantar e seduzir o outro. Merlí afirma seu caráter para ela como forma de conquistá-la, embora seja sincero em suas afirmações, estas são partes integrantes do desejo de seduzi-la.

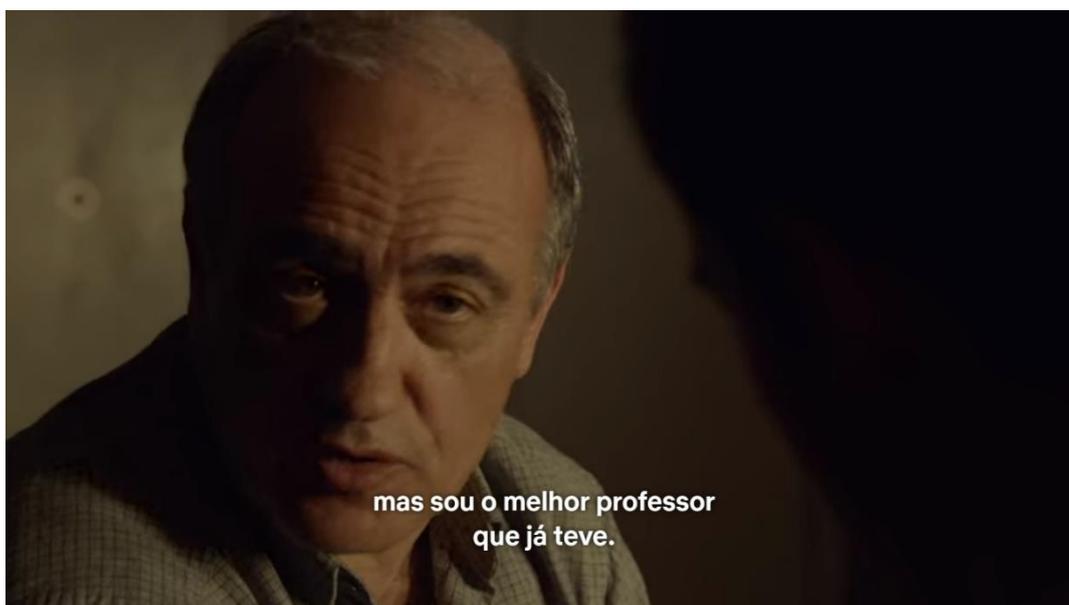
Em outra cena, Merlí propõe levar os alunos para ter aula dentro da cozinha da escola, enquanto explica quem eram os filósofos peripatéticos. Enquanto caminham ao redor da cozinha, Merlí é questionado por um dos alunos se todos são capazes de filosofar, ao invés de respondê-los fica em silêncio pensativo por alguns segundos. Após a pausa, ele enuncia, *fiquei calado por duas razões: para pensar na resposta e para demonstrar que, quando alguém pensa, todos olham com estranheza. [...] Na aula de filosofia, vocês poderão demonstrar que são animais racionais, nas outras podem continuar sendo animais e só.* Ao expor um momento de silêncio, Merlí provoca sensações de estranheza e desconforto, já que seu papel como professor é o de ocupar uma posição de sabedoria e conhecimento perante eles. Entretanto, o que ele demonstra nesse momento é que não importa o espaço onde se constrói o conhecimento, mas sim, que seja reflexivo e que faça pensar. Ao fazer isso com um tom provocativo, Merlí mostra seu *estilo de pensamento* e seu *conhecimento* para os ouvintes, como forma de legitimação do seu dizer (MAINGUENEAU, 2020). Neste momento, o *ambiente* é reconhecido como o recurso chave para validar o que ele fala, comprovando que indiferente do espaço, a construção mais importante é a do conhecimento. Ao enunciar a partir do ethos provocativo, Merlí ainda firma uma condição para as suas aulas propondo que os alunos se coloquem a refletir e pensar, enunciando de uma forma afrontosa, para causar o impacto desejado.

Outra pista discursiva que demonstra o perfil da personagem apresenta-se numa conversa na sala dos professores, ao ser questionado pelo professor Eugeni sobre a forma criativa de dar aula na cozinha, Merlí responde *Deus me livre de ser ortodoxo.* Merlí usa de uma linguagem metafórica e contraditória justamente para afirmar que seu modo de ensinar não segue um padrão específico. Nesse momento, em tom provocativo, demonstra sua *personalidade* ao ser provocado pelo ambiente e pelo outro professor que o hostiliza pelo seu modo de ensinar.

No seu ensino de maneira peculiar, também Bruno, seu filho e aluno nas aulas de filosofia, se sente preocupado com as atitudes de Merlí dentro do espaço escolar. Na última cena do episódio, em uma conversa com Bruno (Figura 4), Merlí enuncia *Sim Bruno, você tem um pai complicado e tudo que quiser, mas sou o melhor professor que já teve e, com o tempo,*

*verá que tenho razão. Paciência! Já sei que sou difícil, mas você terá que aprender com filosofia.* Esse momento denota como a personagem muda seu tom e institui um ethos paterno, em que busca se solidarizar e tranquilizar o filho. A estratégia discursiva utilizada aqui é admitir sua postura com uma personalidade complicada, mas afirmar-se como o melhor professor. Ao abandonar uma postura humilde, Merlí cria uma imagem de si segura em relação a seu papel como educador e legitima seu dizer frente a seu filho.

Figura 4 – Conversa com Bruno



Fonte: Série Merlí (2015)

Ao usar do ethos paterno como atributo para estabelecer a imagem de si diante de Bruno, é possível observar no comportamento da personagem Merlí o *estilo de pensamento* proposto por Sternberg (2006) como recurso para legitimar que é o melhor professor que o filho já teve. Ao afirmar isso, Merlí constrói a sua representação e convence a si e ao outro sobre o seu papel como educador. Nesse sentido, a utilização de recursos como *a capacidade intelectual* e o *ambiente*, se tornam atributos da sua estratégia de se legitimar perante o seu filho. Isso porque, o ambiente da casa permite que ele interprete o papel de pai e convença através do seu dizer, sobre o seu papel como professor.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao agregar conceitos teóricos da linguagem e da criatividade, esse estudo teve como proposição identificar e analisar como se institui o ethos discursivo da personagem Merli Bergeron, a partir da imagem de si representada no primeiro episódio, *Os Peripatéticos*, do seriado *Merli*, onde apresenta-se o universo ficcional da série. O estudo não teve como intenção dar conta de todas as particularidades propostas pela personagem, mas sim, observar alguns dos traços discursivos que revelaram seus comportamentos e atitudes criativas.

Observa-se como a personagem Merlí se caracteriza pelo ethos provocativo, que utiliza a todo instante estratégias argumentativas demonstrando uma imagem de identificação, sinceridade e veracidade em relação a si. Percebe-se como no processo de legitimação de suas estratégias discursivas, os recursos da criatividade são observados remetendo a um perfil docente de excentricidade e ousadia, distante do estereótipo do professor que é validado na sociedade. Dessa forma, compreende-se que Merlí emana um ethos criativo, já que institui de diversas maneiras um pensamento fora do convencional em relação aos padrões instituídos dentro do espaço escolar. Os atributos propostos pela narrativa seriada despertam o interesse do público justamente pela diferença com que lidam com a realidade escolar, possibilitando reflexões sobre o perfil do professor e da relação instituída com os alunos.

## REFERÊNCIAS

- BATISTA, Douglas Emiliano. Merlí: mestre do discurso e da desconstrução da escola. Uma análise do seriado espanhol a partir da psicanálise e da educação. **Educ. rev.**, Belo Horizonte, v. 35, 2019. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-46982019000100410&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982019000100410&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 14 jul. 2020.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2020.
- EYSENCK, H. J. As formas de medir a criatividade. In: BODEN, Margaret A. et al. **Dimensões da criatividade**. Porto Alegre, RS: Artmed, 1999, p. 204-244.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

\_\_\_\_\_. **Gênese dos discursos.** Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Cenas da enunciação.** Organização de Sírio Possenti; SILVA, Maria Cecília Pérez de Souza. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

\_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos.* São Paulo: Contexto, 2008c. p. 69–92.

\_\_\_\_\_. **Análise de textos de comunicação.** 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

\_\_\_\_\_. **Discurso e análise do discurso.** Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

\_\_\_\_\_. **Variações sobre o ethos.** Tradução Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2020.

MERLI. OS PERIPATÉTICOS (temporada 1, ep. 1). Merli [Seriado]. Direção: Eduard Cortez. Produção: Hector Lozano. Espanha: TV3, 200=15. (50 min.), son., color.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2013. Disponível em:

<&lt;<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>&gt;. Acesso em: 10 jul. 2020.

SIMONTON, D. K. Creativity: Cognitive, Personal, Developmental, and Social Aspects. **American Psychologist**, v. 55, n. 1, 2000, p. 151-158.

STERNBERG, R. J.; LUBART, T. I. **Defying the crowd.** New York: Free Press. 1995.

STERNBERG, R. J. The Nature of Creativity. **Creativity Research Journal**, v. 18, n. 1, 2006, p. 87-98.

*Submetido: 24/03/2022*

*Aceito: 15/12/2022*