



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA- UNEB
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO CAMPUS-XIV
COLEGIADO DE LETRAS – LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURAS

TIAGO SANTOS CRUZ

O *ETHOS* DO JORNALISTA ALI KAMEL:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA DA ARGUMENTAÇÃO NA OBRA *NÃO*
SOMOS RACISTAS

Conceição do Coité

2024

TIAGO SANTOS CRUZ

**O *ETHOS* DO JORNALISTA ALI KAMEL:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA DA ARGUMENTAÇÃO NA OBRA *NÃO
SOMOS RACISTAS***

Artigo apresentado a Universidade do Estado da Bahia, UNEB campus XIV, como requisito final à obtenção do grau de Licenciatura em Letras com habilitação em Língua Portuguesa e Literaturas.
Orientador (a): Prof. Dr. Robson Lima

Conceição do Coité
2024

O *ETHOS* DO JORNALISTA ALI KAMEL: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DA ARGUMENTAÇÃO NA OBRA *NÃO SOMOS RACISTAS*

Tiago Santos Cruz

RESUMO

Neste artigo, analisamos o livro *Não somos racistas*, do jornalista Ali Kamel. Tratou-se de um estudo discursivo de caráter qualitativo. Nosso objetivo foi investigar criticamente como o *ethos* prévio e o *ethos* discursivo são construídos nesta obra. Para tanto, adotamos os pressupostos teórico-metodológicos da abordagem discursiva da argumentação, de Ruth Amossy. Os resultados que chegamos foram os seguintes: Kamel se apoia em sua reputação prévia como diretor de jornalismo da Rede Globo para estabelecer um *ethos* de autoridade, seriedade e compromisso com a verdade. Na obra, ele reforça essa imagem prévia construindo discursivamente três tipos de *ethos*: o *ethos* jornalístico, o *ethos* moral e o *ethos* burguês.

Palavras-chave: Ethos; Retórica; Argumentação; Análise discursiva.

ABSTRACT

In this article, we analyze the book "Não Somos Racistas" by journalist Ali Kamel. This was a qualitative discourse study. Our aim was to critically investigate how the prior *ethos* and the discursive *ethos* are constructed in this work. To this end, we adopted the theoretical and methodological assumptions of Ruth Amossy's discursive approach to argumentation. The results we obtained are as follows: Kamel relies on his prior reputation as the director of journalism at Rede Globo to establish an *ethos* of authority, seriousness, and commitment to the truth. In the work, he reinforces this prior image by discursively constructing three types of *ethos*: journalistic *ethos*, moral *ethos* and bourgeois *ethos*.

Keywords: Ethos; Rhetoric; Argumentation; Discursive analysis.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o debate sobre o racismo no Brasil tem sido intensamente marcado por discursos que defendem a inexistência de um problema estrutural e generalizado de discriminação racial. Ali Kamel, em sua obra *Não Somos Racistas*, propõe uma abordagem que questiona a prevalência do racismo na sociedade brasileira, enfatizando o papel da meritocracia e da responsabilidade individual como contrapontos à necessidade de políticas afirmativas.

O objetivo principal deste estudo é investigar criticamente a construção do *ethos* prévio e do *ethos* discursivo de Ali Kamel, bem como suas implicações na recepção e na credibilidade da obra *Não Somos Racistas*.

A escolha deste tema se justifica pela relevância e atualidade do debate sobre racismo no Brasil, especialmente diante de obras que contestam a existência de discriminação racial sistemática. *Não Somos Racistas*, de Kamel, representa uma voz proeminente nesse debate, suscitando discussões críticas sobre as visões de mundo que sustentam sua argumentação. Compreender o *ethos* discursivo presente na obra de jornalista é crucial para examinar como certos discursos são construídos e legitimados, influenciando percepções públicas e políticas.

A análise deste estudo será fundamentada em uma abordagem qualitativa, com foco na análise discursiva da argumentação, tal como proposta por Ruth Amossy. Serão utilizados comentários e resenhas sobre o livro para analisar o *ethos* prévio do jornalista, bem como trechos da obra *Não somos racistas* para identificar os principais elementos envolvidos na construção do *ethos* discursivo do seu autor.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste artigo, adotamos os pressupostos teóricos da abordagem discursiva da argumentação, de Ruth Amossy. Amossy é uma teórica israelense conhecida por suas contribuições ao campo da análise do discurso e dos estudos da argumentação, especialmente no que diz respeito ao conceito de *ethos*. Em seus estudos, revisita e desenvolve a noção aristotélica de *ethos*, adaptando-a para a análise contemporânea do discurso. A seguir, vamos explorar o conceito de *ethos* discursivo, bem como sua relação com os conceitos de estereótipo e de imaginário social.

Definição de *Ethos*

Para Aristóteles, o *ethos* é uma das três formas fundamentais de persuasão no discurso, ao lado do *pathos* e do *logos*. O *ethos* diz respeito à credibilidade e à autoridade do orador, e é essencial para garantir que o público confie no que está sendo dito. Segundo Aristóteles, o *ethos* abrange duas dimensões principais: (i) uma dimensão moral e (ii) uma dimensão objetiva (Kits, 2011).

A dimensão moral refere-se às virtudes e ao caráter do orador. Para ser persuasivo, o orador deve demonstrar qualidades como honestidade, integridade, benevolência e sabedoria. Essas virtudes são percebidas pelo público como indicadores de que o orador é digno de confiança e está comprometido com a verdade e o bem comum. Um orador que exhibe um caráter virtuoso é mais propenso a ser aceito e acreditado pelo público, pois é visto como alguém que possui uma moral elevada e que age com intenção justa.

A dimensão objetiva, por sua vez, está relacionada aos hábitos e costumes do orador, ou seja, à forma como ele se comporta e apresenta suas ideias. Inclui aspectos como a linguagem utilizada, o tom de voz, a postura e a maneira de se comunicar. Um orador que demonstra conhecimento do tema, utiliza argumentos bem estruturados e apresenta suas ideias de forma clara e lógica, consegue construir um *ethos* forte. Esta dimensão objetiva é crucial, pois, mesmo que o orador possua um caráter virtuoso, ele precisa comunicar suas ideias de forma eficaz para persuadir seu público.

Além disso, o *ethos* não funciona isoladamente; ele está interligado com o *pathos* (a capacidade de despertar emoções no público) e o *logos* (a lógica e a razão dos argumentos apresentados). Juntos, esses três elementos formam a base de um discurso persuasivo eficaz, conforme delineado por Aristóteles em sua obra *Retórica*.

Amossy (2016; 2020) amplia essa noção, definindo *ethos* como a imagem de si que o locutor constrói e projeta em seu discurso para estabelecer uma relação com o auditório. Ainda de acordo com essa autora, o *ethos* se desenvolve em dois níveis: (i) o *ethos* pré-discursivo e (ii) o *ethos* discursivo.

Ethos pré-discursivo, ou *ethos* prévio, se refere à imagem e à reputação que o orador possui antes de iniciar seu discurso. Essa imagem prévia é formada pelas percepções, crenças e expectativas que o público já tem em relação ao orador, baseadas em sua posição social, profissional, suas ações anteriores e a forma como é representado na mídia e na sociedade. O *ethos* prévio é essencial porque influencia significativamente a maneira como o discurso será recebido e avaliado pelo auditório, afetando a credibilidade e a autoridade do orador desde o início da comunicação.

O *ethos* discursivo é, por seu turno, a construção da imagem do orador através do próprio discurso. É a representação que o locutor cria de si mesmo ao longo de sua fala ou texto, com o objetivo de persuadir e ganhar a confiança do auditório. Amossy destaca que o *ethos* não é apenas um reflexo da personalidade do orador, mas um elemento estratégico e deliberado do discurso, que envolve a escolha de certos modos de apresentação, argumentos e estilos linguísticos para projetar uma determinada identidade. Essa identidade construída visa estabelecer uma relação de credibilidade, simpatia e autoridade com o público, influenciando sua recepção e interpretação do discurso.

Estereotipagem e Construção da Imagem de Si

De acordo com Amossy (2016), a estereotipagem, que é o uso de imagens preconcebidas e simplificadas para descrever grupos sociais, está intimamente relacionada à construção da imagem de si. Ela argumenta que os estereótipos são ferramentas retóricas que permitem ao locutor categorizar seu público-alvo em grupos específicos com características e modos de pensar presumidos.

Na perspectiva argumentativa, o estereótipo permite designar os modos de raciocínio próprios a um grupo e os conteúdos globais do setor da doxa na qual ele se situa. O locutor só pode representar seus locutores se os relacionar a uma categoria social, étnica, política ou outra. A concepção, correta ou errada, que faz do auditório, guia seu esforço para adaptar-se a ele. (Amossy, 2016, p. 126)

Ao estereotipar, o locutor simplifica e generaliza características de um grupo, facilitando a comunicação ao adaptar a mensagem às expectativas e predisposições desse grupo. Por exemplo, ao se dirigir a militantes de um partido comunista, o locutor pode usar estereótipos que ressoem

com suas visões sobre igualdade social e justiça. Essa estratégia visa estabelecer uma conexão emocional e intelectual com o auditório, aumentando a persuasão.

Assim, quando utiliza estereótipos de forma eficaz, o locutor pode reforçar seu *ethos* ao demonstrar compreensão e alinhamento com as expectativas e valores do público-alvo.

***Ethos* e imaginário social**

O conceito de *ethos* e sua relação com o imaginário social são fundamentais para entender como os indivíduos constroem sua credibilidade e autoridade em discursos públicos. O imaginário social refere-se ao conjunto de imagens, valores, normas e representações compartilhadas por uma determinada sociedade em um momento específico. Essas representações são moldadas por fatores históricos, culturais, políticos e sociais, e influenciam profundamente como indivíduos e grupos são percebidos e avaliados. Os estereótipos, como já vimos, são simplificações e generalizações que emergem desse imaginário social, facilitando a categorização e o julgamento dos indivíduos com base em características

No entanto, a posição do locutor em um dado campo e a legitimidade que ela lhe confere para se expressar (em seu domínio de especialização ou em outro) não são, como já dissemos, os únicos dados pré-discursivos. Como o auditório, o *ethos* é tributário de um imaginário social e se alimenta de estereótipos de sua época: a imagem do locutor está necessariamente dominada pelos modelos culturais. É preciso, portanto, ter em conta a imagem que se atribui, em um momento preciso, à pessoa do locutor ou à categoria da qual ele participa. É preciso ter acesso ao estoque de imagem de uma dada sociedade ou ainda conhecer a imagem pública de uma personalidade política ou midiática. (Amossy, 2020, p. 92)

Com isso, o *ethos* discursivo de um locutor não apenas depende de sua posição e *expertise* em um campo específico, mas também da forma como ele é percebido pelo público. Isso inclui tanto a imagem pública pessoal do locutor quanto as representações estereotipadas associadas à categoria ou grupo ao qual ele pertence. Por exemplo, um político pode ser visto como confiável e competente se estiver alinhado com os estereótipos positivos associados à sua posição política ou ideológica, enquanto pode enfrentar resistência se associado a estereótipos negativos.

O *ethos* jornalístico

A teoria do *ethos* aplicada ao jornalismo foi desenvolvida por López Pan, que oferece uma perspectiva interessante sobre o papel do *ethos* na prática jornalística. Segundo López Pan, "o *ethos* é o entre, o ponto de confluência e contato, o mundo comum de valores, ideias e atitudes diante da vida, a interação dos universos pessoais do jornalista e do leitor" (López Pan, apud Filho, 2003, p.104). Essa definição enfatiza que o *ethos* não é apenas uma característica individual do jornalista, mas um espaço de encontro e compartilhamento entre o jornalista e seu público.

Para o autor espanhol, ao definir o *ethos*, o jornalista não apenas estabelece a sua audiência, mas também a constrói. Isso significa que o jornalista, ao se posicionar e ao se comunicar, molda a percepção e a reação do público. Ele cria um "mundo comum" de entendimento e valores, onde suas ideias e atitudes são refletidas e, muitas vezes, adotadas pelo leitor. Essa construção é um processo dinâmico e recíproco, onde tanto o jornalista quanto o público se influenciam mutuamente.

Estereótipo do sujeito jornalista e imaginário social sobre o jornalismo

A relação entre estereótipos, imaginário social e *ethos* é essencial para o entendimento do funcionamento discursivo do jornalismo. Vamos explorar como esses elementos se conectam ao *ethos* discursivo do jornalista:

O imaginário social sobre o jornalismo desempenha um papel fundamental na construção e na percepção do *ethos* de jornalistas e suas obras. Este imaginário é composto por ideias, valores e estereótipos que a sociedade atribui à profissão jornalística e aos jornalistas individuais. O jornalismo é frequentemente idealizado como o "quarto poder", responsável por informar o público, fiscalizar o poder e promover a verdade. Esse ideal se baseia em algumas características esperadas dos jornalistas, tais como:

- **Imparcialidade e Objetividade:** jornalistas são esperados para relatar fatos sem viés, apresentando uma visão equilibrada e justa dos eventos.

- **Investigação e Verdade:** são vistos como investigadores dedicados à descoberta da verdade, muitas vezes enfrentando desafios e riscos para expor injustiças.

No entanto, há também percepções negativas e críticas:

- **Tendenciosidade e Manipulação:** jornalistas e veículos de mídia são frequentemente acusados de parcialidade, seja política, econômica ou ideológica.
- **Sensacionalismo:** há críticas de que o jornalismo, especialmente o de grandes mídias, prioriza histórias sensacionalistas para atrair audiência, em detrimento de reportagens aprofundadas.
- **Interesses Corporativos:** a propriedade e o controle das mídias por grandes corporações levantam suspeitas sobre a independência editorial e a verdadeira intenção por trás das reportagens.

Com efeito, o estereótipo do jornalista é frequentemente associado a certas qualidades e defeitos percebidos pelo público. Por um lado, jornalistas são vistos como buscadores da verdade, defensores da justiça, imparciais e comprometidos com a objetividade. Por outro lado, eles também podem ser vistos como tendenciosos, sensacionalistas, manipuladores ou como instrumentos de interesses corporativos e políticos. Esses estereótipos influenciam como os leitores percebem e avaliam a credibilidade e a intenção por trás das palavras de um jornalista.

2. ANÁLISE DOS DADOS

Não Somos Racistas, escrito por Ali Kamel, ex-diretor de jornalismo da Rede Globo e cientista social de formação, é uma obra publicada em 2006 que se posiciona firmemente contra o sistema de cotas raciais. A premissa básica do autor é que a imposição deste sistema pelo governo dividiria o Brasil em duas cores, o que eliminaria as supostas nuances de nossa miscigenação.

A obra reúne textos derivados de artigos que Kamel publicou no jornal **O Globo** desde 2003, inserindo-se nas discussões sobre programas governamentais para discriminação racial e

reparação social no Brasil. Portanto, a obra deve ser situada no contexto dessas discussões, particularmente no que se refere à adoção de cotas raciais e ao Estatuto da Igualdade Racial.

Para entendermos a eficácia argumentativa da obra e sua recepção pelo público, faz-se necessário a análise do *ethos* construído antes e durante o discurso de seu autor. É o que faremos a seguir.

2.1 O *ethos* pré-discursivo de Ali Kamel

Para compreendermos como o estereótipo do jornalista e o imaginário social da prática jornalística influenciam o *ethos* prévio de Ali Kamel, é essencial analisar como esses elementos moldam a percepção pública de seu trabalho, especialmente em *Não Somos Racistas*.

O *ethos* pré-discursivo refere-se à imagem e reputação que o locutor possui antes de iniciar seu discurso, que, no caso de Ali Kamel, é significativamente moldado por sua posição de destaque na Rede Globo. Kamel é reconhecido como ex-diretor-geral de jornalismo dessa emissora de televisão e coordenador do Conselho Editorial do Grupo Globo. Esta posição lhe confere uma imagem inicial de autoridade e *expertise* no campo do jornalismo, conforme podemos constatar pelo trecho abaixo:

(1) Ali Kamel deixou há três meses suas funções executivas na Globo, depois de 22 anos ocupando o cargo mais poderoso do jornalismo brasileiro. Comandou 1.300 profissionais distribuídos em programas que diariamente abasteciam com informações mais de 100 milhões de pessoas – a maior operação jornalística da América Latina. Nesse período, aconteceram eventos de importância colossal: a posse do primeiro presidente de origem popular em mais de um século de República, os protestos de 2013, o impeachment da primeira mulher a governar o país, a deflagração da Operação Lava Jato, a prisão de dois ex-presidentes, a ascensão da extrema direita ao poder, uma pandemia devastadora e a primeira tentativa de golpe desde a volta do país ao regime democrático. (Costa, A. C. Ali Kamel e o fim de uma era na Globo. <https://piaui.folha.uol.com.br/ali-kamel-e-o-fim-de-uma-era-na-globo/>. Acesso em: 01/05/2024)

Essa descrição sublinha a importância e o alcance de Kamel na mídia brasileira, estabelecendo um *ethos* de alguém altamente experiente e influente no jornalismo.

Como vimos anteriormente, os estereótipos associados aos jornalistas incluem qualidades positivas, como a busca pela verdade, defesa da justiça, imparcialidade e compromisso com a

objetividade. Esses estereótipos são frequentemente atribuídos a Kamel pelos leitores que confiam na Globo e apreciam seu trabalho. Por exemplo:

(2) Apesar de modesto, tem menos de 150 páginas, o livro de Ali Kamel tem a densidade dos fatos. É um trabalho de pesquisador, de um curioso, mas também de um detetive competente. A princípio, não acredita no que falam sobre o racismo no Brasil, já que o que falam não casa com o que ele vê.

(Reis, J. B. Somos ou não somos racistas? – Resenha do livro *Não Somos racistas*, de Ali Kamel. <https://www.sociedademilitar.com.br/2021/07/somos-ou-nao-somos-racistas-resenha-do-livro-nao-somos-racistas-j-b-reis.html>. Acesso em: 01/06/2024)

Este comentário reflete a visão de Kamel como um jornalista sério e dedicado à investigação rigorosa dos fatos, reforçando um ethos de credibilidade e competência.

No entanto, os estereótipos negativos — como tendenciosidade, sensacionalismo, manipulação e alinhamento a interesses corporativos e políticos — também impactam na percepção sobre Kamel, especialmente devido à sua associação com a Rede Globo. Na sociedade brasileira, o jornalismo da Rede Globo é visto com um misto de reverência e suspeita. Por um lado, é a maior emissora do país, com um alcance massivo e uma longa história de influência. Por outro, é frequentemente acusada de viés e manipulação, especialmente em contextos políticos sensíveis. Podemos verificar este fenômeno no seguinte depoimento:

(3) Infelizmente, hoje em dia o que era senso comum virou tema de livro: não somos racistas. Uma pena que a Globo, emissora onde trabalha Ali Kamel, criou a narrativa de que o Brasil é racista. (<https://www.amazon.com.br/Nao-Somos-Racistas-Ali-Kamel/product-reviews/8570114249>. Acesso em 01/06/2024)

Este comentário reflete o ceticismo e a desconfiança que podem surgir da associação de Kamel com a Globo, implicando que suas opiniões expostas no livro podem ser vistas como incoerentes, devido ao seu papel na emissora. Essa percepção pode minar a credibilidade de Kamel entre leitores que compartilham dessa visão.

Mas o fenômeno inverso também pode ocorrer, como podemos verificar pelo depoimento abaixo:

(4) "não existe racismo estrutural".... E esse cara ainda é diretor de jornalismo da Globo. (<https://www.amazon.com.br/Nao-Somos-Racistas-Ali-Kamel/product-reviews/8570114249>. Acesso em 01/06/2024)

Este comentário sugere uma desconfiança significativa em relação a Kamel, associando suas declarações controversas sobre racismo estrutural com sua posição na Globo. A crítica

implícita é que alguém que nega uma realidade social não deveria estar em uma posição de influenciar a opinião pública através de uma grande emissora.

A polarização na percepção sobre o autor de *Não somos racistas* é um reflexo direto de seu *ethos* pré-discursivo e dos estereótipos associados aos jornalistas. Para leitores que confiam na Globo e apreciam o jornalismo de Kamel, seus argumentos na referida obra são aceitos como válidos e bem fundamentados. Eles veem Kamel como um especialista que oferece *insights* valiosos.

Por outro lado, para aqueles que veem a Globo como tendenciosa e manipuladora, a associação de Kamel com a emissora pode comprometer sua credibilidade, levando à rejeição ou desconfiança em relação às suas conclusões.

2.2 O ethos discursivo em *Não somos racistas*

Em *Não Somos Racistas*, podemos encontrar, principalmente, três tipos de *ethos* discursivo, que, embora distintos, estão intimamente relacionados, a saber: o *ethos* jornalístico, o *ethos* moral (ou ético) e o *ethos* democrático-burguês. Cada um desses *ethos* desempenha um papel crucial na maneira como o autor apresenta e defende suas ideias contra as políticas de cotas raciais no Brasil.

2.2.1 *Ethos* jornalístico de Kamel

Como mencionado anteriormente, o *ethos* jornalístico pode ser entendido como um espaço de confluência e interação entre o jornalista e seu público. Essa perspectiva pode ser aplicada para a análise da obra em tela para observarmos como o Kamel constrói seu *ethos* e molda a percepção de seus leitores por meio de várias estratégias retóricas.

Uma estratégia utilizada por Kamel é a autorreferência e a continuação do trabalho jornalístico. À guisa de ilustração, analisemos o seguinte excerto:

(5) Em 2003, publiquei no Globo um artigo cujo título dizia tudo: 'Não somos racistas.' Depois dele, publiquei outros tantos e, hoje, vendo-os no conjunto, tenho a consciência de que fui me dando conta do estrago à medida que ia escrevendo. (Kamel, 2006, p. 16)

Ao mencionar o artigo *Não somos racistas* e outros que publicou em sequência, o autor cria uma continuidade e uma trajetória de reflexão e argumentação. Aqui, ele demonstra que sua posição é fruto de um processo contínuo de análise e reflexão, conferindo-lhe autoridade e experiência acumulada ao longo do tempo. Esta autorreferência também mostra que ele não é um recém-chegado ao debate, mas um participante ativo e persistente.

Uma outra estratégia retórica lançada por Kamel é o posicionamento como jornalista observador. Ele enfatiza sua perspectiva jornalística, o que implica um enfoque no imediato e no factual. Com isso, diferencia-se dos especialistas acadêmicos ao se apresentar como um jornalista que está observando e analisando os eventos conforme eles acontecem.

(6) Escrevi sempre na perspectiva de um jornalista, de alguém especializado em ver o imediato das coisas. (kamel, 2006,p.16)

Este posicionamento como jornalista observador sugere uma abordagem prática e direta, que complementa as análises mais teóricas dos acadêmicos. Kamel constrói seu ethos como alguém que traz à tona as implicações práticas e imediatas das políticas e fenômenos sociais, oferecendo uma perspectiva que pode ser mais acessível e relevante para o público geral.

Uma terceira e última estratégia é a aproximação como cidadão comum. Kamel posiciona-se como alguém que compartilha a perspectiva do cidadão comum, criando uma identificação direta com seus leitores. Ele usa a primeira pessoa para expressar seu próprio espanto e descoberta sobre como as estatísticas raciais são construídas, o que reforça a ideia de que ele está falando diretamente com e para o público. Podemos verificar isto no seguinte trecho:

(7) Na perspectiva de jornalista, de alguém mais próximo do cidadão comum, espantei-me diante de algumas descobertas. (kamel, 2006, p.18)

Ao se posicionar dessa forma, Kamel constrói um *ethos* de acessibilidade e empatia, sugerindo que ele não é um especialista distante, mas alguém que está lidando com as mesmas confusões e surpresas que seus leitores podem estar enfrentando.

2.2.2 O *ethos* moral ou ético

Além do *ethos* jornalístico, Kamel também constrói um *ethos* moral ao longo de seu livro. Ele enfatiza valores como justiça, igualdade de oportunidades e mérito individual, argumentando que as políticas de cotas raciais contradizem esses princípios éticos fundamentais. Para Kamel, a verdadeira igualdade deve ser alcançada através da competência e do mérito, não por meio de critérios raciais que ele considera discriminatórios e divisivos. Ao posicionar-se como defensor de uma sociedade mais justa e meritocrática, Kamel busca estabelecer um *ethos* moral que apela para a consciência ética de seus leitores, incentivando-os a refletir sobre os valores fundamentais que regem suas posições.

Dessa forma, Kamel constrói discursivamente um *ethos* moral ao apresentar suas opiniões e argumentos como não apenas corretos, mas moralmente superiores. Ele tenta se posicionar como alguém preocupado com a justiça e a equidade de forma abrangente, ao invés de focar apenas em questões raciais específicas. Esse *ethos* moral/ético é evidente, por exemplo, em sua crítica às políticas de ação afirmativa:

(8) Todos esses números só reforçam a minha crença de que políticas de cotas raciais são extremamente prejudiciais e injustas. [...] Dizendo claramente: corremos o sério risco de, em breve, ver no Brasil o que nunca houve, o ódio racial. (Kamel, 2006, p. 53)

O jornalista argumenta que as cotas raciais, em vez de promoverem justiça, criam novas formas de injustiça e divisões sociais. Ao fazer isso, ele tenta se apresentar como um defensor de uma sociedade verdadeiramente justa, onde as políticas são baseadas no mérito e não na raça.

Além disso, o autor de *Não somos racistas* frequentemente utiliza o apelo à justiça e igualdade para reforçar seu *ethos* ético. Ele argumenta que as políticas de ação afirmativa são, em essência, discriminatórias e que uma abordagem verdadeiramente justa deveria focar em critérios socioeconômicos, beneficiando todos os desfavorecidos, independentemente da raça. Vejamos o seguinte exemplo:

(9) Passa-se então a lutar por políticas de preferência racial que promovam a emancipação de parte da pobreza, sem que os defensores dessas ideias percebam a monstruosidade que há nelas. Em vez de defender investimentos que visem à superação de toda a pobreza — a educação em primeiro lugar —, passa-se a defender políticas que visam a emancipar apenas os negros. (Kamel, 2006, p. 142)

No trecho citado de *Não Somos Racistas*, o locutor reforça seu *ethos* ético ao criticar as políticas de ação afirmativa, argumentando que são intrinsecamente discriminatórias. Ele utiliza o

apelo à justiça e igualdade como fundamentos para sua crítica, sugerindo que políticas que beneficiam apenas um grupo racial específico não são verdadeiramente justas nem eficazes na promoção da igualdade social.

Kamel inicia seu argumento destacando a ironia percebida nas políticas de preferência racial, que, segundo ele, visam emancipar parte da pobreza ao invés de combater a pobreza como um todo. Essa crítica não se limita apenas à questão racial, mas se estende a uma crítica mais ampla sobre a eficácia das políticas públicas em abordar as desigualdades socioeconômicas. Ele enfatiza que políticas que focam exclusivamente na raça podem causar outras formas de desigualdade e marginalização, como aquelas baseadas em status socioeconômico, acesso à educação e oportunidades no mercado de trabalho.

Ao sugerir que investimentos deveriam ser direcionados para superar toda a pobreza, com um foco especial em educação, Kamel propõe uma abordagem universal e inclusiva para resolver problemas sociais. Isso não apenas fortalece seu argumento contra as cotas raciais, mas também reforça seu *ethos* ético ao posicionar-se como defensor de políticas públicas que beneficiem todos os desfavorecidos, independentemente de raça.

Por outro lado, ao caracterizar as políticas de ação afirmativa como uma "monstruosidade", Kamel adota uma linguagem forte e emotiva, o que pode ser interpretado como uma estratégia retórica para enfatizar a gravidade de seu ponto de vista. Ao usar termos como "emancipar apenas os negros", ele sugere que políticas que focam exclusivamente na raça podem perpetuar divisões sociais e reforçar estereótipos prejudiciais.

Essa argumentação não apenas reforça seu *ethos* ético, ao defender princípios de justiça e igualdade universal, mas também ilustra seu compromisso com um debate público fundamentado em princípios morais e sociais mais amplos. Kamel busca persuadir seus leitores de que políticas de ação afirmativa são problemáticas não apenas do ponto de vista prático, mas também ético, ao desviar o foco de soluções mais abrangentes e inclusivas para questões sociais complexas.

Portanto, ao utilizar o apelo à justiça e igualdade como pilares de seu argumento contra as políticas de ação afirmativa, Kamel reforça seu *ethos* ético ao posicionar-se como um crítico das injustiças percebidas nessas políticas, enquanto defende uma abordagem mais universal e equitativa para promover a justiça social.

Embora o apelo à justiça e igualdade universal seja uma estratégia poderosa, ela pode ser vista como simplista. Kamel tende a ignorar as desigualdades históricas e estruturais que justificam a necessidade de ações afirmativas. Sua visão de justiça parece focar em uma igualdade formal, sem considerar as barreiras sistêmicas que diferentes grupos enfrentam, a exemplo dos negros brasileiros que historicamente tiveram que passar pelo processo da escravidão e pelo racismo estrutural que constituiu e continua a constituir ainda a sociedade brasileira.

2.2.3 O *ethos* burguês

Por fim, o último tipo de *ethos* encontrado em *Não somos racistas* é o *ethos* burguês. Kamel constrói discursivamente um *ethos* burguês ao expressar uma preocupação com a justiça social e a harmonia racial dentro do contexto das políticas de ação afirmativa. Vamos analisar como ele desenvolve esse *ethos* burguês com base no trecho abaixo:

(10) Todos esses números só reforçam a minha crença de que políticas de cotas raciais são extremamente prejudiciais e injustas. (Kamel, 2006, p. 53)

Kamel argumenta que as políticas de cotas raciais são "extremamente prejudiciais e injustas". Ele baseia sua crítica na ideia de que essas políticas não tratam todos os indivíduos de maneira igual, o que é um valor fundamental na visão de mundo burguês. Ao defender a meritocracia, ele tenta posicionar-se como um defensor de uma justiça baseada em mérito, uma ideia cara ao *ethos* burguês.

O ex-diretor de jornalismo da Globo também reforça a ideia de liberdade individual e responsabilidade pessoal, típicas do *ethos* burguês. Ele argumenta que os indivíduos devem ser responsáveis por suas próprias realizações e fracassos, sem depender de políticas assistencialistas:

(11) Em minha carreira como jornalista, testemunhei inúmeras histórias de superação individual que não dependeram de políticas de ação afirmativa. (Kamel, 2006, p. 104)

Ao enfatizar histórias de sucesso individual, Kamel promove a ideia de que a liberdade individual e a iniciativa pessoal são suficientes para superar barreiras sociais, minimizando a importância das condições estruturais que afetam diferentes grupos de forma desigual.

O atual conselheiro do Grupo Globo utiliza, ainda, seu *ethos* burguês para criticar as políticas de ação afirmativa, argumentando que estas políticas criam divisões e ressentimentos raciais, em lugar de promover a verdadeira igualdade:

(12) Dizendo claramente: corremos o sério risco de, em breve, ver no Brasil o que nunca houve, o ódio racial. (Kamel, 2006, p. 53)

Essa crítica é uma tentativa de posicionar-se como alguém que vê mais longe e compreende as possíveis consequências negativas de tais políticas, defendendo um retorno aos princípios da igualdade formal e da meritocracia.

Ademais, Kamel constrói seu *ethos* ao rejeitar o determinismo racial, a ideia de que as características raciais determinam o destino dos indivíduos. Ele argumenta que fatores culturais e socioeconômicos são mais importantes:

(13) Os amarelos estudam mais e, por isso, ganham mais. Nada a ver com a cor." (Kamel, 2006, p. 60)

Essa rejeição reforça sua posição de que as diferenças de sucesso entre os grupos raciais são devidas a fatores que podem ser superados por meio de esforço individual e educação, um argumento que apoia a ideologia neoliberal.

Por fim, o autor também apela à racionalidade e ao pragmatismo, argumentando que as soluções para problemas sociais devem ser baseadas em dados e análises objetivas, não em ideologias ou emoções:

(14) Embora muitos defendam que as cotas raciais são essenciais para corrigir desigualdades históricas, é importante considerar os dados que mostram uma tendência de melhoria independentemente dessas políticas. (Kamel, 2006, p. 59)

Ao fazer isso, ele tenta construir um *ethos* de alguém que valoriza a lógica e a análise objetiva, típicas do *ethos* burguês, que, muitas vezes, se opõe a abordagens consideradas “emocionais” ou “ideologicamente carregadas”.

Uma crítica ao *ethos* burguês de Kamel que podemos fazer aponta para uma visão de mundo que é inadequada para abordar as complexas questões de desigualdade racial no Brasil. Sua ênfase na meritocracia e na responsabilidade individual, enquanto ignora as desigualdades estruturais e históricas, limita a profundidade e a eficácia de seus argumentos. Para muitos, as políticas de ação afirmativa não são uma forma de discriminação reversa, mas uma necessidade prática para corrigir desequilíbrios históricos e promover uma sociedade mais justa e equitativa.

3. CONCLUSÃO

Não Somos Racistas, de Ali Kamel, é uma obra que se posiciona criticamente contra as políticas de cotas raciais no Brasil, argumentando que estas dividem a sociedade e criam novas formas de injustiça. A análise do *ethos* construído por Kamel revela a forma como ele se utiliza de diferentes estratégias retóricas para reforçar sua credibilidade e persuadir seus leitores.

Antes mesmo de iniciar seu discurso, Kamel possui um *ethos* pré-discursivo robusto devido à sua posição destacada como ex-diretor de jornalismo da Rede Globo, a maior emissora de televisão do Brasil. Esta posição lhe confere uma imagem de autoridade e *expertise* no campo do jornalismo, o que impacta diretamente a percepção pública de sua obra. A reputação de Kamel como um jornalista sério e comprometido com a verdade, embora contestada por alguns devido à associação com a Globo, contribui para uma percepção de credibilidade entre os leitores que confiam na emissora.

Dentro da obra, Kamel constrói três tipos principais de *ethos*: jornalístico, moral (ético) e burguês.

Kamel enfatiza sua perspectiva como jornalista, alguém especializado em observar e relatar o imediato. Ele cria uma continuidade ao mencionar seus artigos anteriores, demonstrando um processo contínuo de análise. Esta estratégia reforça a ideia de que suas posições são bem fundamentadas e fruto de reflexão prolongada. Além disso, ao se posicionar como um cidadão comum, ele cria uma identificação direta com seus leitores, tornando seu discurso mais acessível e empático.

Kamel apela para valores de justiça e igualdade de oportunidades, criticando as políticas de cotas raciais como discriminatórias e divisivas. Ele argumenta que a verdadeira igualdade

deve ser baseada no mérito individual, o que ele considera um princípio ético fundamental. Sua defesa de uma abordagem universal para a promoção da justiça social reforça seu *ethos* moral, posicionando-o como alguém preocupado com uma justiça abrangente e inclusiva.

Por fim, Kamel constrói um *ethos* burguês ao enfatizar a importância da meritocracia e da responsabilidade individual. Ele critica as políticas de cotas raciais como prejudiciais e injustas, defendendo a ideia de que a justiça social deve ser alcançada através da competência e do esforço pessoal. Sua rejeição ao determinismo racial e seu apelo à racionalidade e ao pragmatismo reforçam essa posição, apresentando-o como um defensor de princípios neoliberais e da igualdade formal.

Em suma, a construção do *ethos* de Ali Kamel, em *Não Somos Racistas*, está profundamente influenciada pelos estereótipos associados aos jornalistas. Enquanto ele tenta projetar, por meio do discurso, uma imagem de buscador da verdade, defensor da justiça e da democracia, e comprometido com a imparcialidade e a objetividade, a percepção pública de tendenciosidade e manipulação também molda a recepção de sua obra. A dualidade desses estereótipos — positiva e negativa — impacta como os leitores avaliam sua credibilidade e as intenções por trás de seu discurso, revelando a complexidade da construção do *ethos* discursivo.

Por conta disso, a obra de Kamel suscita um debate intenso e polarizado. Para muitos, suas críticas às políticas de cotas raciais são vistas como uma defesa coerente e racional de uma justiça baseada no mérito e na igualdade de oportunidades. No entanto, sua visão é contestada por aqueles que veem as cotas como uma ferramenta essencial para corrigir desigualdades históricas e estruturais que afetam grupos marginalizados no Brasil.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. *A argumentação no discurso*. Coordenação de tradução: Eduardo Lopes Piris e Moisés Olimpo-Ferreira; tradução de Angela M.S. Corrêa ... [et al.]. – 1, ed., 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2020. 288p.

AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2. Ed., 4ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2016.

ARISTÓTELES. *Retórica*: tradução, textos adicionais e notas Edson Bini. – São Paulo: Edipro, 2011.

CHALUB, Juliana Vieira. *Reflexões sobre o ethos no discurso*. Três Corações, MG, 12, 2015.

FILHO, Clóvis de Barros. *Ética na comunicação*. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.

JUNIOR, Carlos Humberto Ferreira Silva. *Ethos: uma proposta classificatória para a utilização do conceito na área da comunicação*. Bauru, SP. 5, 2019.

KAMEL, Ali. *Não somos racistas: uma reação aos que querem nos transformar numa nação bicolor*. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 2006

KITS, Ataídes. *A retórica Aristotélica, persuasão da defesa*. Marechal Cândido Rondon, PR. 10, 2011.

MOLINA, Jorge Alberto. *Duas perspectivas sobre a lógica na idade moderna: a dialética, de Ramus, e a lógica ou arte de pensar, de Arnauld e Nicole*. Rio Grande do Sul. 2015.