

Erika Cristina Dias Nogueira
erikadiasjornalista@gmail.com

Lilian Aparecida Arão
lilianarao@uai.com.br

Facebook como espaço de ação virtual: uma análise sobre as reações discursivas na *fan page* de um movimento ambiental

Facebook as a virtual action space: An analysis of the discursive reactions in the fan page of an environmental movement

RESUMO – Este artigo tem como finalidade mapear as reações discursivas encontradas em comentários de internautas-leitores em um *post* do movimento ambiental Greenpeace Brasil no Facebook e avalia, primariamente, como tais reações podem vir a interferir na visibilidade pública e legitimidade do movimento, construídas pelo discurso publicado no *site*. A hipótese do trabalho é a de que, pelas reações, os internautas podem conquistar a expressão política que desejam, porém, possuem níveis limitados de conversação e participação, podendo ser incapazes de contribuir para a visibilidade e legitimidade da instituição. Buscamos identificar as características das reações e os níveis de participação depreendidos e, por fim, analisar, primariamente, a interferência de tais reações. Para isso, adotamos como pressupostos teóricos a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau e outras teorias sobre a subjetividade digital, bem como algumas discussões mais filosóficas sobre o alcance das redes sociais.

Palavras-chave: rede social, movimento ambiental, reações discursivas.

ABSTRACT – This article aims to map the discursive reactions found in reviews of internet-readers in a *post* of the environmental movement Greenpeace Brazil on Facebook and evaluates primarily how such reactions might interfere in the public visibility and legitimacy of the movement built by the speech published on the site. The hypothesis of this work is that, by the reactions, surfers can conquer the political expression they want, but have limited levels of conversation and participation and may be unable to contribute to the visibility and legitimacy of the institution. We sought to identify the characteristics of reactions and levels of the detached participation and, finally, analyze primarily the interference of such reactions. For this, we adopted as the theoretical assumptions the Semiolinguistics Theory of Patrick Charaudeau and other theorists on digital subjectivity, as well as some more philosophical discussions on the scope of social networks.

Keywords: social network, environmental movement, discursive reactions.

Introdução

Com o advento dos *sites* de redes sociais digitais¹, como o Facebook, alvo deste estudo, os movimentos ambientais ganharam um espaço adicional de expressão política para se mobilizarem e conquistarem a visibilidade e legitimidade de que necessitam para suas causas. Porém, encontraram também um ambiente virtual cada vez mais complexo, onde novos discursos são construídos por qualquer internauta em uma movimentação incessante de posicionamentos e papéis.

Tais *sites* parecem apresentar possibilidades ideais para esses movimentos se articularem, como também se mostram propícios para que sujeitos participem com mais acessibilidade das discussões e disponibilidade de interação, colaborando com a construção das informações junto ao movimento ou fazendo seu próprio palanque de expressão.

Esses sujeitos, chamados aqui de internautas-leitores, podem ser os responsáveis por comentarem os assuntos publicados em *posts*² pelos movimentos ambientais em suas *fan pages*³. De nenhuma forma passivo e como sujeito produtor de informações, seja icônica, seja

¹ Recuero *et al.* (2011, p. 102) define *sites* de redes sociais como “uma categoria do grupo de softwares sociais, que seriam softwares com aplicação direta para a comunicação mediada por computador”. Já como rede social digital, Recuero (2009, p. 24) diz que “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”.

² Segundo Costa (2009), um *post* é um texto narrativo, descritivo e opinativo. O nome foi originado dos blogs e agora é utilizado também nas redes sociais.

³ São também chamadas em português de “páginas de fãs”. Segundo o Facebook: “As páginas de fãs (*fan pages*) existem para que as organizações, empresas, celebridades e bandas transmitam muitas informações ao seus seguidores ou ao público que escolher se conectar a elas”.

textual, o internauta-leitor que comenta não é um simples receptor, como as antigas teorias da comunicação pareciam categorizar os leitores.

Os estudos linguísticos, há muito, desconstruíram essa ideia de um receptor passivo. O dialogismo de Bakhtin (2000), por exemplo, rompe com a visão de um sujeito enunciador controlador de toda cena enunciativa como também com a visão de um destinatário passivo, somente alvo do discurso do outro. Esse teórico vai nos trazer a ideia de que o discurso é produto das relações do indivíduo consigo e com os indivíduos. É nessa relação que a possibilidade do diálogo (considerado por ele como todo o processo de comunicação, e não apenas a interação face a face) é criada. Esse diálogo é caracterizado por um movimento de idas e vindas que cria a possibilidade de modificação recíproca dos sujeitos. Para Bakhtin, o sujeito carrega em si todas as vozes que o antecederam e isso, de certa forma, está registrado no seu próprio discurso. A linguagem está, pois, sempre em movimento, sempre inacabada, uma vez que sujeita à renovação pela dependência da compreensão que acontece no diálogo, em que se constitui a singularidade, uma vez que a intersubjetividade é anterior à subjetividade e que a relação entre os interlocutores é a responsável pela construção dos sujeitos produtores de sentido.

Para Bakhtin (2000, p. 290),

[...] a compreensão de uma fala viva, de um enunciado vivo é sempre acompanhada de uma atitude responsiva ativa (conquanto o grau dessa atividade seja muito variável); toda compreensão é preenche de resposta e, de uma forma ou de outra, forçosamente a produz: [...] o ouvinte que recebe e compreende a significação de um discurso adota simultaneamente, para com esse discurso, uma atitude responsiva ativa: ele concorda ou discorda (total ou parcialmente), completa, adapta, apronta-se para executar.

Charaudeau (2005) também salienta que

[...] todo ato de linguagem é um fenômeno de troca entre dois parceiros (quer estejam diante um do outro ou não) que devem reconhecer-se como semelhantes e diferentes. São semelhantes porque, para que a troca se realize, é necessário que tenham em comum *universos de referência* (saberes compartilhados) e *finalidades* (motivações comuns); são diferentes porque o outro só é perceptível e identificável na dissimilaridade, e porque cada um desempenha um papel particular: de sujeito emissor-produtor de um ato de linguagem (o *sujeito comunicante*), de sujeito receptor-interpretante deste ato de linguagem (o *sujeito interpretante*). Assim, segundo este princípio, cada um dos parceiros está engajado num processo recíproco (mas não simétrico) de reconhecimento do outro, numa interação que o legitima enquanto tal – o que é uma condição para que o ato de linguagem seja considerado válido. Este princípio é o fundamento do aspecto *contratual* de todo ato de comunicação, pois implica um reconhecimento e uma legitimação recíprocos dos parceiros entre si.

Para nos afastarmos da ideia de um receptor passivo, alheio às manobras discursivas do emissor, acreditamos que, para categorizar os comentários aqui em análise, a expressão mais apropriada seja “reações discursivas”,

reações discursivas de internautas a propósito dos temas, discursos ou mesmo de outras reações publicadas no Facebook. O *post* do movimento provoca um processo de encadeamento de discursos ou ecos. Tais ecos podem se relacionar diretamente ao *post* e a seu conteúdo, mas podem também responder ou reagir a outros comentários. É uma dinâmica que será observada neste artigo e que se aprofundará na pesquisa de mestrado em andamento.

Nesse sentido, neste artigo mapearemos as reações discursivas encontradas na análise empírica de alguns comentários postados na *fan page* do Facebook do Greenpeace Brasil, sob a metodologia de análise discursiva proposta por Charaudeau (2005, 2012, 2013a, 2013b) e também a partir dos apontamentos sobre participação política de Arendt (2010), Habermas (1984), Gomes (2008) e Maia (2008), redes sociais de Recuero (2009, 2014) e Recuero *et al.* (2011), e subjetividade na Internet de Santaella (2007) e Sibilia (2008).

O corpus de análise é composto por 16 comentários coletados no dia 16 de julho de 2014 e publicados como reações discursivas relativas ao *post* publicado na fanpage do Greenpeace Brasil no dia 29 de junho de 2014.

Participação política em rede

Mais do que simples ferramentas ou suportes tecnológicos, os *sites* de redes sociais têm se desenvolvido como espaços de existência virtual e conversação (Recuero, 2014), em que há exibição pública de sujeitos privados que compartilham um mesmo ambiente simbólico e interativo de sociabilidade. É o que explica Recuero (2014, p. 121):

A cada dia, pessoas de todo o mundo conectam-se à Internet e engajam-se em interações com outras pessoas. Através dessas interações, cada uma dessas pessoas é exposta a novas ideias, diferentes pontos de vista e novas informações. Com o advento dos sites de rede social, essas conversações online passaram a criar novos impactos, espalhando-se pelas conexões estabelecidas nessas ferramentas e, através delas, sendo amplificadas para outros grupos. São centenas, milhares de novas formas de trocas sociais que constroem conversações públicas, coletivas, síncronas e assíncronas, que permeiam grupos e sistemas diferentes, migram, espalham-se e semeiam novos comportamentos. São conversações em rede.

Tais características do atual cenário virtual, proporcionado pelos *sites* de redes sociais, podem possibilitar que os movimentos ambientais disseminem suas causas ativistas com mais facilidade. Cabe lembrar, na esteira de Castells (2013), que os movimentos ambientalistas foram as instituições pioneiras a usufruir das possibilidades do espaço virtual e atualmente aproveitam a Internet para organizarem suas ações e promoverem as trocas comunicativas e interativas tão importantes para o seu desenvolvimento ativista. Com poucos recursos e desejosos de maior autonomia em contraponto à mídia tradicional,

as redes sociais podem oferecer a esses movimentos um espaço maior de expressão e interação com seu público ou com novos públicos.

Porém, para mobilizarem cidadãos e conquistarem a visibilidade pública⁴ de que necessitam para que as questões ambientais na rede social sejam legitimadas na sociedade, esses movimentos precisam interagir com os discursos produzidos por internautas-leitores, que comentam e participam da construção de informações na rede de conversação digital.

Todos, movimentos e internautas-leitores, estão em um espaço compartilhado de conversação livre nos *sites* de redes sociais. Nas *fan pages* dos movimentos ambientais no Facebook, instituições e internautas têm o papel estratégico de enunciadores e compartilham o mesmo espaço de enunciação, em que são utilizadas estratégias textuais para construir seus discursos. Os movimentos ambientais o fazem com a utilização de *posts* ou respostas aos comentários de leitores e os internautas-leitores constroem suas enunciações a partir das reações discursivas, sob forma de comentários, aos *posts* do movimento ambiental ou em razão de algum comentário de um outro internauta-leitor.

Há, assim, um tipo de interação entre movimento e público que envolve “níveis de participação política”, uma vez que assuntos públicos e relevantes ao interesse da sociedade são tornados visíveis na *fan page* da instituição ambiental, que tem como característica trazer à tona causas ativistas de interesse geral. No *post* do Greenpeace do dia 29 de junho de 2014, foco de análise neste artigo, tal incitação pelo ativismo é explícita, como se pode ver na Figura 1.

No texto e na imagem do *post* acima, o Greenpeace Brasil investe em uma visada discursiva informativa, apresentando dados numéricos sobre o derretimento de gelo no Ártico e convidando o internauta a entender porque é necessário um novo Atlas devido à situação crítica.

Aristóteles, na Retórica Clássica, ao propor temáticas para análise da oratória, alega que um discurso pode ser visto a partir do *logos*, que contempla a argumentação ou o discurso em si mesmo; a partir do *pathos*, que se refere à instância de recepção; ou a partir do *ethos*, que constitui o caráter do orador e as paixões que ele provoca no auditório.

Tomando por referência essas três categorias, podemos perceber que nesse *post* em análise, o movimento ambiental, em seu discurso, investe no *logos* ao apresentar os dados numéricos, mesmo sem indicar sua fonte, bem como na imagem postada que evidencia a diminuição da camada de gelo do Ártico.

Conforme Maingueneau (1995), *ethos* é definido como a imagem que o enunciador projeta de si mesmo



Figura 1. Post do dia 29/06/2014 no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 1. Post of June 29, 2014, Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

durante o processo de enunciação, tendo em vista os efeitos de sentido visados, e permite ao destinatário construir uma personalidade do enunciador por meio do discurso. Podemos notar que nesse *post* vê-se a construção de um *ethos* de autoridade no assunto uma vez que, em seu discurso, encontramos o vocabulário próprio desse campo de saber, evidenciado pelos itens lexicais “calotas polares”, “novo Atlas” e também pela oração adjetiva “[o gelo do Ártico] do qual todos nós dependemos”.

Ao lançar mão das formas alocutivas, marcadas pelos imperativos “ajude”, “assine” e “entenda”, temos realçado o *pathos*, uma vez que a instância de recepção é marcada e convocada a agir diante da denúncia de um fato que causa preocupação, realçado pela pergunta retórica “Precisa dizer mais alguma coisa?”. A asserção categórica e alarmante “O Ártico está derretendo” produz um efeito patêmico, uma vez que toca a emoção do internauta-leitor, que, captado, pode se engajar na causa.

⁴ Como visibilidade, ou visibilidade pública, Habermas (1984) a considera um tipo de esfera pública em que está tudo o que pode ser visível ao público. Para o autor, tal esfera sempre fez parte da sociedade, que vive em comunidade e administra sua vida coletiva a partir da visibilidade, que pode ser de argumentos, ações e discursos que saem da dimensão privada para a pública, a fim de se tornarem acessíveis para a discussão coletiva. Atualmente, a visibilidade passou a ser exclusivamente mediada (Thompson, 2008). Uma transformação na visibilidade consequente da mudança nos processos de comunicação com o advento dos novos meios tecnológicos, como a Internet, considerada como esfera pública virtual de visibilidade mediada.

É certo que o movimento ambiental procura levar suas causas para a esfera de visibilidade pública a fim de legitimá-las e também legitimar-se como defensor do meio ambiente. Já o internauta-leitor, disposto a reagir discursivamente à publicação do movimento, pode ter inúmeras intenções que não necessariamente configurem como participação política. Por essa razão, fala-se de níveis de participação ou de debate que possam vir a interferir no discurso do movimento de forma positiva ou negativa, conforme aponta Maia (2008, p. 287):

Contudo, se haverá ou não o processo de debate é algo que não pode ser decidido a priori, pois o debate depende da livre motivação e da ação dos próprios concernidos, que é contingencial e imprevisível. Além disso, é preciso cumprir certas condições. O “debate crítico-racional” é mais que uma pluralidade de vozes, pois é focado e se caracteriza por discussões singulares. Requer que os parceiros construam, de maneira coordenada e cooperativa, um entendimento partilhado sobre uma matéria comum. As pessoas devem expressar o que elas têm em mente; devem ouvir o que os outros têm a dizer e responder as questões e os questionamentos. Isso demanda, por sua vez, uma atitude de respeito mútuo.

Tomando como referência a ideia de níveis, no tocante à participação política dos sujeitos que reagem discursivamente no Facebook, cabe observar que essa participação pode, ou não, ser uma forma de ativismo, que seria o ideal perseguido pelo movimento em seu discurso de defensor do meio ambiente. Nesse sentido, observamos que, muitas vezes, a reação publicada corresponde somente a um lapso de participação. Como se pode identificar nos comentários publicados por internautas-leitores abaixo (Figura 2) que só lamentaram a informação rece-

bida. Eles reforçam o enunciado do Greenpeace, porém só reagem, sem argumentarem sobre o assunto.

A falta de argumentação dos internautas-leitores, categorizados aqui como “dolentes”, esgota um possível debate racional-crítico entre outros sujeitos, torna mínima sua participação política e zera seu ativismo. Como ativismo, considera-se uma forma de ação política (Arendt, 2010), seja por atos, seja por palavras. Agir para Arendt (2010, p. 221) significa “tomar iniciativa, iniciar (como indica a palavra grega *archein*, “começar”, “conduzir” e, finalmente, “governar”), imprimir movimento a alguma coisa, que é o significado original do termo latino *agere*”. Arendt (2010, p. 220) defende que a ação é indissociável do discurso e que ambos são necessários ao ser humano, para se fazer compreender:

Por meio deles, os homens podem distinguir a si próprios, ao invés de permanecerem apenas distintos; a ação e o discurso são os modos pelos quais os seres humanos aparecem uns para os outros, certamente não como objetos físicos, mas *qua* homens.

Arendt (2010, p. 221) ainda ressalta a importância da ação e do discurso para a vida coletiva democrática. Para ela “é com palavras e atos que nos inserimos no mundo humano, e essa inserção é como um segundo nascimento, no qual confirmamos e assumimos o fato simples do nosso aparecimento físico original”.

Habermas (1984), por meio de sua teoria democrática discursiva⁵, também defende que a ação discursiva de sujeitos, com sua consequente argumentação em um meio, é fundamental para a deliberação⁶ de assuntos públicos, como os ambientais, que são foco de nossa análise.



Figura 2. Comentários “dolentes” no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 2. “Doleful” comments on Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

⁵ Junger Habermas é o principal teórico da noção de “esfera pública”, expressão que é o fundamento base de sua teoria democrática. Tal estudo defende o modelo de democracia deliberativa ou participativa, com o foco na linguagem e na produção da opinião pública e de tomada de decisão por meio de “processos discursivos”.

⁶ Deliberação é condição necessária para a obtenção de legitimidade e, segundo Maia (2008, p. 165) “não é entendida como tomada de decisão que se dá num determinado momento, mas, sim, como processo argumentativo” e “intercâmbio de razões feito em público” (Cohen, 1997, p. 73 in Maia, 2008, p. 166).

Os movimentos lançaram, na esfera da visibilidade pública virtual, argumentos sobre um assunto que poderiam estender um debate entre todos os internautas, sendo considerados legítimos por eles. No caso dos internautas-leitores dolentes, não houve debate racional com trocas de argumentos, apenas uma concordância com o argumento do Greenpeace.

Diferente do que pensavam os primeiros teóricos entusiastas da Internet, que versavam sobre um novo tempo para a democratização e o desenvolvimento da participação política em meio *online*, o que se vê hoje é o esvaziamento da conversação e a falta de participação política digital. Conforme Gomes (2008), o que parece ser um fenômeno da nova realidade virtual, na verdade é um reflexo da sociedade contemporânea.

Como corretamente apontou Peter Dahlgren, a ‘questão hoje não é tanto como a internet vai mudar a vida política, mas, sobretudo, o que pode motivar mais pessoas a ver-se como cidadãos de uma democracia, a envolver-se na política e – para aqueles que têm acesso – a empregar as possibilidades que a rede ainda oferece. Algumas respostas deverão ser encontradas na própria rede, mas a maioria reside nas nossas circunstâncias sociais’ (2001, p. 53). É preciso, então, que se saia o mais rapidamente possível da retórica do diagnóstico (positivo ou negativo) para uma perspectiva de responsabilidade e tarefa (Gomes, 2008, p. 326).

Uma argumentação com tomada de posição contra ou a favor de um outro argumento pode ser a base para um debate racional visando a uma maior participação política no meio. Internautas-leitores e movimentos ambientais

têm, nas redes sociais digitais, o espaço de visibilidade e conversação de que precisam, mas necessitam criar argumentos que sejam considerados legítimos para render a discussão ou a persuasão que desejam.

O teórico do discurso Charaudeau (2012) apresenta a argumentação como uma atividade discursiva em que há uma “busca de racionalidade que tende a um ideal de verdade quanto à explicação de fenômenos do universo” (Charaudeau, 2012, p. 206). O teórico ainda vai além e aponta uma segunda busca, além da razão, para a argumentação. Para Charaudeau (2012), o sujeito que argumenta também busca uma influência, visando o olhar do outro que está participando de um debate. Persuadir pela argumentação é o segundo ponto que Charaudeau (2012) utiliza para explicar os objetivos desse ato discursivo, que pode ser percebido nos comentários abaixo (Figura 3). Os comentários foram escritos por alguns internautas-leitores que estão entre os que tiveram as atitudes mais positivamente (para o movimento) “ativistas” do *corpus* coletado, que corresponde a um outro nível de participação categorizado por nós.

Nos comentários acima, pode-se notar que há uma concordância com o argumento defendido pelo Greenpeace Brasil no *post* estudado. Predominantemente argumentativo foi o modo de organização do discurso (Charaudeau, 2012) no *post* do Greenpeace e nos comentários dos “ativistas positivos”. Tais textos visam, então, a provocar (no caso do Greenpeace) ou reforçar (no caso dos comentários) a adesão a uma tese. A tese, no caso do *post*, é “devemos preservar a natureza”.

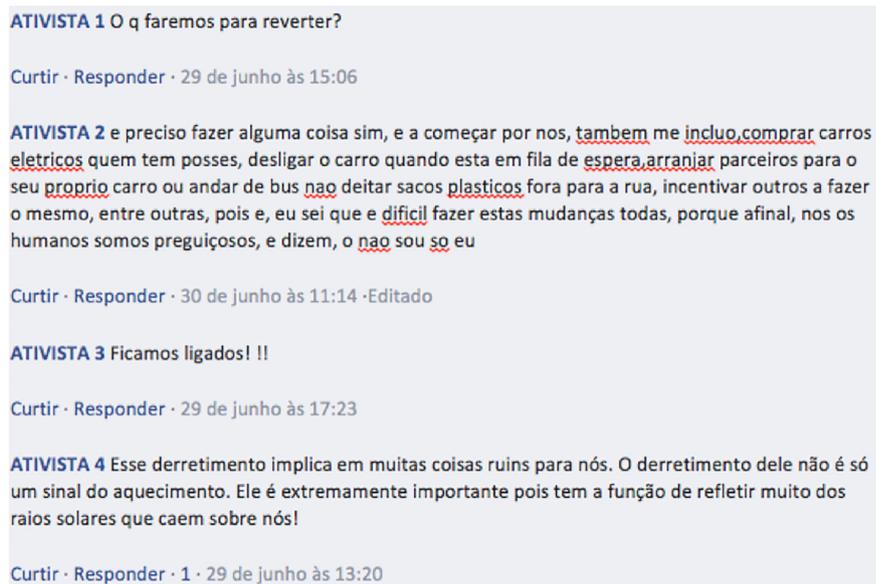


Figura 3. Comentários “ativistas positivos” no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 3. “Positive activists” comments on Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

Ambos, movimento e internautas, atuam em busca de um mesmo ideal; neste caso: a persuasão para a tese. Expressões encontradas nas reações discursivas, como “O que faremos?”, “Ficamos ligados! (sic)” e “é preciso fazer alguma coisa sim [...]”, confirmam o que Charaudeau (2012, p. 229) diz ser a “aceitação do estatuto do emissor”, “tomada de posição a favor”, com um consequente engajamento dos internautas. Tais posições do sujeito que comenta demonstram a encenação argumentativa escolhida por ele em seu discurso, segundo Charaudeau (2012, p. 231).

A encenação argumentativa consiste, para o sujeito que quer argumentar, em utilizar procedimentos que, com base nos diversos componentes do modo de organização argumentativo, devem servir a seu propósito de comunicação em função da situação e da maneira pela qual percebe seu interlocutor (ou seu destinatário).

Na cena argumentativa criada pelos internautas em seu discurso, pode-se observar a utilização de diversos procedimentos (semânticos, discursivos e de composição) como estratégia para reforçar a posição tomada e o argumento criado na reação discursiva do internauta. Charaudeau (2012, p. 225) diz serem táticas para “estabelecer a prova da posição adotada”.

Pode-se verificar tal afirmação no comentário do Ativista 4, por exemplo, quando diz “Esse derretimento implica em muitas coisas ruins para nós”. Ele utiliza um procedimento semântico de “domínio do Ético”, categoria de Charaudeau (2012, p. 232), pois utilizou um argumento que se fundamentou em um consenso social de que o derretimento do gelo trará consequências ruins para ele e todos que leem seu texto. Ao expor seu argumento jogando com um imaginário coletivo, o internauta ingressa na esfera do Ético, que envolve as leis do bem e do mal, de acordo geral da sociedade.

Já o Ativista 1 visa a interpelar outros internautas, ou até mesmo o Greenpeace, a uma reflexão com a frase “O que faremos para reverter?”. O procedimento escolhido por ele é discursivo e denominado “questionamento que visa incitação a fazer” (Charaudeau, 2012, p. 242). Esse procedimento consiste em colocar uma questão que, para se realizar, precisa de uma resposta do interlocutor. Esse internauta utiliza uma espécie de convite que reforça um desejo por ação política e incita um debate, que não ocorre

por falta de respostas. Tal atitude do internauta parece ser ideal para iniciar uma discussão racional sobre o tema, podendo levar a uma maior participação política entre outros internautas. Porém, a conversa é esvaziada, já que não houve um comentário sobre sua interpelação.

O apelo à emoção também é uma estratégia utilizada pelos internautas ativistas positivos. No comentário do Ativista 5 (Figura 4), o internauta recorre ao discurso religioso com a intenção de reforçar sua tomada de posição a favor do tema apresentado pelo Greenpeace.

Essa reação parece ser de temor quanto ao argumento do Greenpeace, envolvida pelo discurso religioso bíblico sobre “o fim dos tempos”. E é a esse discurso que o Ativista 5 recorre para incitar uma argumentação patêmica, um fenômeno da busca pela emoção considerado, na análise do discurso, como uma noção “[...] às vezes, utilizada para assinalar as discursivizações que funcionam sobre efeitos emocionais com fins estratégicos” (Charaudeau e Maingueneau, 2006, p. 372).

A intenção patêmica é de tocar o outro, fazê-lo aceitar que o tempo vivido é de alerta constante. O Ativista 5, como os outros internautas-leitores apresentados aqui, expressa sua opinião em um espaço que se apresenta, cada vez mais, “livre” sob o discurso que “qualquer um pode”, criando eus diversos e personalidades visíveis. É o que diz Sibilia (2008, p. 233-234):

Pois graças a esse poderoso arsenal que hoje está à disposição de praticamente qualquer um, de fato agora *você* também pode criar livremente aquilo que seria a sua principal obra. Isto é: a sua personalidade, que deve consistir em um modo peculiar de ser, impregnado com vestígios do antigo estilo artístico de ares românticos, mesmo que as belas artes da era burguesa tenham pouca relação com estas práticas. Mas se é isso o que se constrói e se cultiva com esmero nesses espaços da internet saturados de *eu*, o que seria mesmo uma personalidade? Existem várias definições possíveis para esse termo tão rico em conotações. Neste contexto, porém, a personalidade é sobretudo algo que se vê: uma subjetividade visível, uma forma de ser que se cinzela para ser mostrada.

Tal liberdade de construção na rede não representa, consequentemente, uma participação política e uma visibilidade favorável para o movimento expor suas causas como legítimas. Há aqueles internautas-leitores que, como apresentado, não se engajam na argumentação ou aqueles que discordam do argumento apresentado pelo

ATIVISTA 5 Acho que são sinais que o fim dos tempos se aproxima. " Haverá sinais em cima nos céus e em baixo na terra "

Curtir · Responder · 29 de junho às 17:28

Figura 4. Comentário “ativista positivo” no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 4. “Positive activist” comment on Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

Greenpeace, tomando uma posição contrária à tese do movimento, como é possível visualizar nos comentários “contrários” na Figura 5.

Podem-se notar reações de discordância por parte desses internautas-leitores (Figura 5) que comentam, configurando-se, assim, em outro nível de participação. Algumas expressões como “nao vale (sic)”, “montagem grotesca”, “ONG hipócrita” e palavras como “dúvidas” demonstram tal tomada de posição contrária por parte dos internautas contrários. Uma motivação possível que sustenta os argumentos contrários pode ser a de construir um conflito com o Greenpeace ou com outros ativistas positivos da causa que o movimento defende no *post*.

Tomando como base Charaudeau (2012, p. 228), pode-se dizer que acontece em tais reações discursivas uma “rejeição do status do emissor”, concedendo pouco crédito ao argumento publicado pelo Greenpeace e ainda uma “tomada de posição contra”. Com relação ao argumento criado pelos internautas para justificar a discordância quanto ao assunto, há engajamento na tese contrária e pode existir uma argumentação polêmica dada pelo internauta, mostrando seu desejo pela participação política e pelo debate público futuro, como se pode notar no comentário Contrário 4, que apresenta uma crítica extensa ao Greenpeace e ao assunto do *post*.

Nesse comentário, o internauta emprega alguns traços de acusação e questionamento em sua argumentação polêmica como “é uma fraude”, “Como acreditar”, “ativis-

tas que não passam de massa de manobra”. São expressões utilizadas pelo internauta sem referência racional, apenas como argumentos que levantam polêmicas e que podem iniciar novos debates na rede.

Já o comentário Contrário 3 é marcado pelo posicionamento irônico que rebate o argumento do Greenpeace, uma manobra implícita para desqualificar a legitimidade do *post*. Trata-se também de uma argumentação polêmica, com opinião do internauta ao utilizar a expressão “nao vale (sic)”. Este traz à tona uma nova informação: a de que o movimento publicou imagens de estações diferentes e não de anos diferentes como o Greenpeace afirma no *post*.

A ironia é um recurso textual que possui um caráter defensivo (Charaudeau e Maingueneau, 2006, p. 292). Nela, “há um efeito de *não assumir* a enunciação por parte do locutor e de discordância em relação à fala esperada em tal tipo de situação” (Charaudeau e Maingueneau, 2006, p. 291).

O uso da ironia nesse caso é uma máscara que o internauta se propõe a vestir para criticar o argumento do Greenpeace de uma forma menos agressiva, um disfarce textual que encena um argumento polêmico em um espaço virtual, ambiente este já discutido aqui e que permite o jogo comunicativo imprevisível a que o sujeito se propõe. Tudo depende da máscara a que os sujeitos se propõem no momento da interação. No ambiente virtual, o internauta-leitor pode criar “identidades múltiplas” (Santaella, 2007,

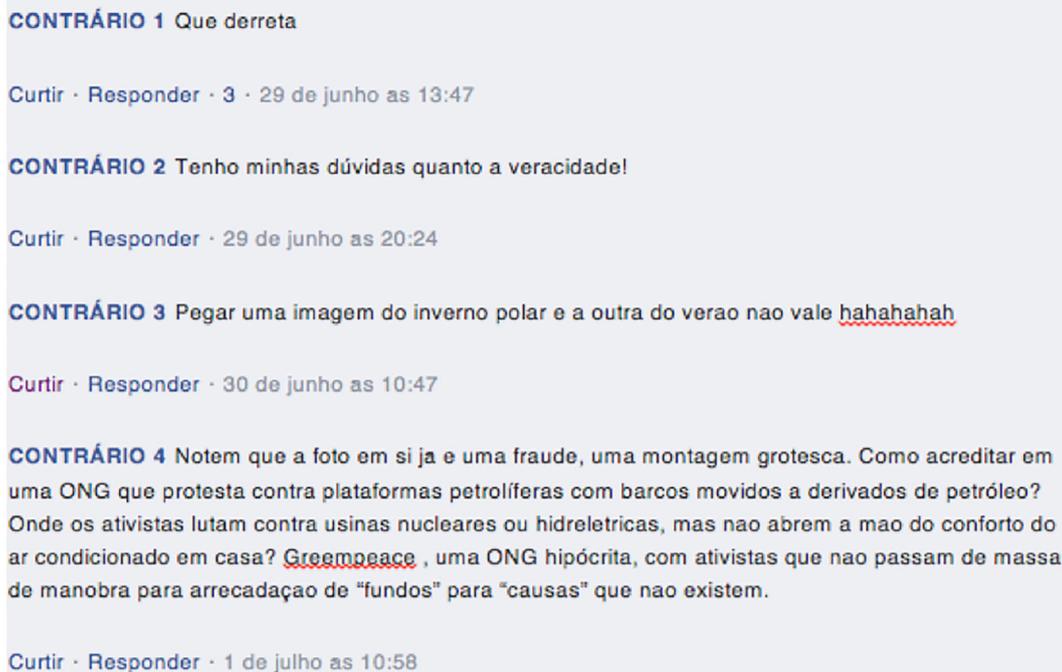


Figura 5. Comentários de internautas-leitores “contrários” no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 5. Reviews of Internet-readers “contrary” on Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

p. 83), em uma comunicação não-linear, “[...] rodeada de ambiguidades, geradas, por exemplo, pelo potencial para o anonimato, para a construção múltipla de eus [...]” (Santaella, 2007, p. 83).

Objetivando polêmica na esfera de visibilidade pública e um possível conflito de argumentos, ambos os comentários são provocativos. Porém, incitam também a possibilidade de uma visibilidade contrária ao *post* do Greenpeace, fazendo com que o movimento não alcance ou amplie a desejada legitimidade de si e de suas causas.

No próximo tópico, o artigo discutirá sobre esse tipo de participação que pode vir a interferir na visibilidade do movimento e, conseqüentemente, na construção de uma legitimidade.

Visibilidade e legitimidade retroalimentada

No ambiente interconectado e acessível dos *sites* de redes sociais, movimentos ambientais e internautas-leitores têm a possibilidade de construir seus enunciados para se tornarem visíveis na esfera da visibilidade pública. Para isso, e como já foi apresentado com exemplos no segundo tópico deste artigo, ambos utilizam estratégias para construir, da melhor forma, seu discurso no espaço de expressão disponível no *site*.

Algumas reações discursivas objetivam causar polêmica de forma a prejudicar a visibilidade e legitimidade do movimento, outras reforçam os argumentos do Greenpeace, podendo interferir de forma positiva na construção de sua imagem. Porém, ambos podem ter somente a intenção implícita de fixarem sua identidade e ampliarem seu universo de visibilidade no espaço virtual, que está disponível, em tempo real, para trazer à tona discursos e máscaras, criados e recriados a todo o tempo, por qualquer um. Percebem-se também nesse

espaço virtual publicações que nada têm em comum com o *post* ou com a *fan page* ambiental, como se pode notar nos comentários da Figura 6.

Sem tomada de posição, argumentação ou engajamento com o *post* do Greenpeace, os comentários “desvirtuadores” somente podem reforçar a visibilidade do sujeito e, por vezes, da causa que ele divulga. Nos dois últimos comentários opinativos, pode-se perceber uma fuga total do assunto do *post*, fazendo concluir que tais reações discursivas tiveram a intenção única de autoconstrução. Esse tipo de estratégia ganhou amplitude com o surgimento da Internet, conforme Sibilia (2008, p. 242):

Os novos canais inaugurados na internet também se colocam a serviço desse mesmo fim: a construção da própria imagem. Ao permitirem a qualquer um ser visto, lido e ouvido por milhões de pessoas – mesmo que não se tenha nada específico a dizer –, também possibilitam o posicionamento da própria marca como uma personalidade visível.

Ao se engajarem em um discurso desvirtuante, os internautas-leitores constroem uma argumentação que se distancia de uma participação política favorável às causas do Greenpeace. Tais sujeitos utilizam o espaço somente como lugar de performance, encenando uma proposta que não responde ao *post* do movimento, mas que pode vir a alimentar um debate sobre um novo tema com outros internautas. Um exemplo de comentário que pode gerar outros debates no mesmo espaço é o primeiro que aparece na figura acima. O Comentário A apela ao discurso emocional com o termo “por favor, olhem...”, fazendo ao interlocutor um pedido de solidariedade.

Para persuadir o interlocutor à adesão de sua causa, o internauta usa artimanhas similares ao enunciado do Greenpeace. Neste comentário, ficam explícitos: a interpelação com a expressão “Avante guerreiros!!!”, o

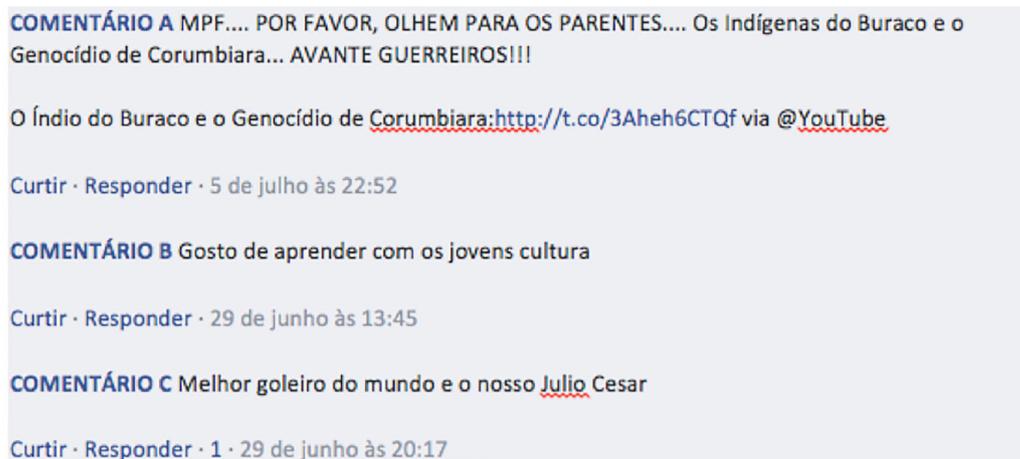


Figura 6. Comentários de internautas “desvirtuadores” no Facebook do Greenpeace Brasil.

Figure 6. “Desvirtuadores” comments on Greenpeace Brazil Facebook.

Fonte: Facebook (2015).

investimento em um *ethos* de autoridade e a argumentação construída pelo procedimento semântico que, de acordo com Charaudeau (2012, p. 233), compartilha determinados valores de consenso social, neste caso a solidariedade, “concernente ao domínio do ético”.

Tal similaridade com o discurso construído pelo Greenpeace em seu *post* evidencia o fenômeno categorizado aqui como retroalimentativo, um sistema que funciona a partir do momento em que o Greenpeace produz enunciados em busca de visibilidade e legitimidade e, como reação, os sujeitos comentam para tornarem algo também visível e legítimo em um meio que eles consideram como favorável para tal.

Os internautas-leitores podem, assim, interferir na visibilidade e legitimidade do movimento, porém também são atraídos por esse espaço de visibilidade construído para refletirem seus próprios enunciados, como se viu nos comentários da Figura 6, podendo esta ser também a intenção implícita em todos os outros comentários analisados.

Algumas conclusões transitórias

As preocupações ambientais de alcance internacional, centro de movimentos ambientalistas, como o Greenpeace Brasil, se mostram com uma importante questão na condução dos debates políticos da atualidade. As estratégias desses movimentos sempre estiveram associadas à busca de apoio da sociedade para suas causas, contudo, devido à dificuldade de formação de redes de cooperação, a popularização da causa ambiental, por um longo período, esteve sujeita, muito fortemente, ao apoio da mídia tradicional. Com a Internet, a popularização da causa ambiental e das implicações decorrentes da falta de cuidado com o meio ambiente são, cada vez mais, conhecidas graças ao crescente uso das novas tecnologias de informação.

Nesse novo cenário, o Facebook consubstancia-se como um espaço que permite um nível considerável de expressão, seja ela política ou não. Tal expressão pode resultar em deliberação, conversação, participação, engajamento ou se esgotar no espaço líquido.

Nesse ambiente interconectado, é possível termos acesso ao discurso produzido pelo movimento ambientalista bem como aos efeitos de sentido produzidos na instância de recepção por meio da análise dos comentários dos internautas. Esse foi o ponto de partida empreendido neste artigo para a reflexão sobre a potencialidade desse ambiente virtual na construção da legitimidade e visibilidade necessárias para alcançar os objetivos concretos de participação política no meio digital.

Por meio de análises dos comentários dos internautas-leitores, identificamos níveis de participação distintos. Se tomarmos como medida de aferição da visibilidade do movimento ambientalista o número de comentários postados, podemos afirmar que esta foi

alcançada. Entretanto, se levarmos em conta o nível de debate gerado, em número e profundidade, temos que afirmar que não, já que identificamos apenas dois comentários que propunham discutir a questão colocada na *fan page* do movimento.

Tais dados apresentam uma evidência primária da complexidade que o movimento ambiental enfrenta nas redes sociais digitais para alcançar a visibilidade e legitimidade tão importantes para que suas causas sejam reconhecidas publicamente e conquistem o engajamento desejado. O movimento compartilha um espaço de enunciação com diversos e voláteis internautas-leitores que também utilizam o ambiente virtual como meio de expressão de seus enunciados, seja para reforçarem as causas ativistas, seja apenas para ampliarem seu universo de visibilidade, promovendo uma espécie de visibilidade retroalimentada no meio.

Neste artigo, foram apresentados alguns desafios e possibilidades com os quais um movimento ambiental como o Greenpeace Brasil precisa se confrontar em um ambiente difuso, em que discursos e máscaras são criados e recriados a todo o tempo, espaço que pode servir somente como lugar de performance e pura identificação, eliminando o ativismo buscado pelo movimento, ponto que será foco de outras análises empreendidas pelos autores sob o mesmo tema. Este estudo tratou apenas de um recorte de um *corpus* mais extenso, coletado e analisado transitivamente para o desenvolvimento da pesquisa de mestrado em andamento pelos autores; qualquer conclusão aqui requer aprofundamento que se dará ao término da pesquisa de mestrado.

Referências

- ARENDRT, H. 2010. *A Condição Humana*. 11ª ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 407 p.
- BAKHTIN, M. 2000. *Estética da criação verbal*. 3ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 512 p.
- CASTELLS, M. 2013. *Redes de Indignação e Esperança – Movimentos Sociais na Era da Internet*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Zahar, 272 p.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. 2006. *Dicionário de Análise do Discurso*. 1ª ed., São Paulo, Contexto, 560 p.
- CHARAUDEAU, P. 2013a. *Discurso das mídias*. 2ª ed., São Paulo, Contexto, 283 p.
- CHARAUDEAU, P. 2013b. *Discurso Político*. 2ª ed., São Paulo, Contexto, 328 p.
- CHARAUDEAU, P. 2012. *Linguagem e Discurso – modos de organização*. 2ª ed., São Paulo, Contexto, 249 p.
- CHARAUDEAU, P. 2005. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: M.A.L. PAULIUKONIS; S. GAVAZZI (orgs.), *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro, Lucerna, p. 11-27. Disponível em: <http://goo.gl/vYla9k>. Acesso em: 28/03/2015.
- COSTA, S.R. 2009. *Minidicionário do discurso eletrônico-digital*. 1ª ed., Belo Horizonte, Autêntica, 171 p.
- FACEBOOK. 2015. Facebook Greenpeace Brasil. Disponível em: <http://www.facebook.com.br/GreenpeaceBrasil>. Acesso em: 16/07/2014.
- GOMES, W. 2008. Da discussão à visibilidade. In: W. GOMES; R.C.M. MAIA (orgs.), *Comunicação e Democracia*. São Paulo, Paulus, p. 117-162.

- HABERMAS, J. 1984. *Mudança estrutural da esfera pública*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 398 p.
- MAIA, R. 2008. Visibilidade midiática e deliberação pública. In: W. GOMES; R.C.M. MAIA (orgs.), *Comunicação e Democracia*. São Paulo, Paulus, p. 166-194.
- MAINGUENEAU, D. 1995. *O contexto da obra literária*. 1ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 202 p.
- RECUERO, R. 2014. *A conversação em rede – Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. 2ª ed., Porto Alegre, Sulina, 238 p.
- RECUERO, R.; FRAGOSO, S.; AMARAL, A. 2011. *Métodos de pesquisa para internet*. 1ª ed., Porto Alegre, Sulina, 239 p.
- RECUERO, R. 2009. *Redes sociais na Internet*. 2ª ed., Porto Alegre, Sulina, 206 p.
- SANTAELLA, L. 2007. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. 2ª ed., São Paulo, Paulus, 468 p.
- SIBILIA, P. 2008. *O show do eu – a intimidade como espetáculo*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 286 p.
- THOMPSON, J. 2008. *A nova visibilidade*. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82>. Acesso em: 11/06/2014.

Submetido: 30/03/2015

Aceito: 10/11/2015

Erika Cristina Dias Nogueira

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
Av. Amazonas, 5253, Nova Suíça,
30421-169, Belo Horizonte, MG, Brasil

Lilian Aparecida Arão

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
Av. Amazonas, 5253, Nova Suíça,
30421-169, Belo Horizonte, MG, Brasil