

EMOÇÕES COMPARTILHADAS: A CONSTRUÇÃO DO PATHOS POR UM MOVIMENTO AMBIENTAL NO FACEBOOK

Erika Cristina Dias Nogueira *

RESUMO: O ambiente de compartilhamento facilitado pelas redes sociais digitais pode oferecer uma alternativa de visibilidade pública e mobilização para os movimentos ambientais a partir da característica, própria do espaço digital, de cyberdifusão de informações. Entretanto, para usufruírem das possibilidades desse meio, novas estratégias narrativas devem ser criadas pelos movimentos, a fim de remodelarem seu discurso hipermediático. Para a atmosfera digital são criados novos conteúdos, com diferentes estratégias discursivas, produzidos para circularem digitalmente em plataformas que possuem outras regras de composição da escrita e leitura virtual. O presente artigo apresenta uma análise primária do uso do *pathos* como estratégia discursiva para obter possíveis efeitos persuasivos nos enunciados digitais do movimento ambiental Associação Mineira de Defesa do Ambiente – AMDA no site de rede social digital Facebook, que é o mais famoso e utilizado na atualidade. Por meio da investigação discursiva realizada em um *post* da instituição em sua página do Facebook no dia 16 de abril de 2014, identificou-se três composições de *pathos* utilizadas pelo enunciador (proximidade, orientação e ameaça), sinalizando que um possível efeito de convencimento e persuasão possa ser efetivado no meio digital caso ocorra a validação dessas estratégias patêmicas pela instância de recepção, contribuindo, assim para a visibilidade do movimento.

PALAVRAS-CHAVE: Pathos. Movimento ambiental. Rede social digital. Facebook. Visibilidade pública.

Introdução

Como o uso do *pathos* nas construções textuais de um movimento ambiental pode vir a contribuir para sua visibilidade pública¹ no site de rede social Facebook? Estimulado por esse problema, o presente artigo realiza um análise primária da utilização do *pathos* como estratégia discursiva em um *post*², composto por texto e imagem, do movimento ambiental Associação de Defesa do Ambiente – AMDA, escolhido aleatoriamente dentre as publicações do movimento no dia 16 de abril de 2014. Para isso, identifica as marcas explícitas e implícitas

* Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil. Imeio: erikadiasjornalista@gmail.com

¹ Como visibilidade pública, considera-se aqui a definição de Gomes (2008, p.134) como uma esfera, “aquela dimensão da vida social (‘política’ ou ‘civil’, diriam os antigos) que é visível, acessível, disponível ao conhecimento e domínio público”.

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.



do processo de constituição do *pathos* nos enunciados do movimento no Facebook, atual fenômeno de produção discursiva da atualidade.

Discurso hipermidiático na internet

O ambiente digital proporcionado pela internet pode oferecer uma forma alternativa de visibilidade pública para os movimentos e de mobilização de atores sociais a partir da característica, própria do ambiente digital, de cyberdifusão de informações. É o que defende Pereira (2011, p. 8):

A cyberdifusão de determinadas informações e ou repertórios de conflito é uma das grandes características que diferenciam a internet de outros meios de comunicação de massa. Superando fronteiras territoriais e alcançando locais anteriormente restritos em função das limitações de outros meios de comunicação, a cyberdifusão, entendida como uma rápida disseminação de informação através de meios eletrônicos [...].

Além da cyberdifusão, o espaço virtual pode oferecer certa autonomia aos movimentos sociais em relação aos meios oficiais de disseminação de informação, permitindo a eles construir a baixo custo seus próprios canais de comunicação e interação com os ativistas. Canais informativos e interativos como *sites* oficiais, listas de discussão, *blogs*, redes sociais e e-mails, são espaços eletrônicos que possibilitam trocas discursivas e reflexivas aptas a trazer para a esfera pública as questões defendidas pelo movimento.

Entretanto, para usufruírem do meio digital, novas estratégias narrativas devem ser criadas pelos movimentos sociais, a fim de remodelarem seu discurso midiático. O conteúdo que circulava em folhetins, panfletos e mensagens telegrafadas não é transportado para a nova mídia. Para ela, são criados novos conteúdos, produzidos para circular digitalmente em plataformas que possuem outras regras de composição da escrita e leitura em um espaço virtual. Uma gama de textos reconfigurados para a internet que podem ser escritos e lidos com os recursos técnicos que o computador oferece. É o que defende Costa (2009, p.20):

O advento da internet parece provocar uma mudança maior, ou talvez uma “volta” às sociedades orais: virtualmente, mensagens são construídas / escritas / transmitidas / veiculadas / lidas on-line por pessoas reais em espaços diferentes, cujo ambiente virtual é o ciberespaço.

Costa (2009) ainda diz que os tipos de textos da internet podem se assemelhar aos gêneros textuais existentes, mas possuem nomenclaturas específicas e uma nova linguagem, um “estilo hipermidiático”³.

Páginas pessoais, sítios, portais (homepages), entendidos por uns como gêneros, por outros como ambientes de localização de informações, conversas em salas de bate-papo (chats), salas de discussão (foruns), correios eletrônicos (e-mails) e outros são novos ambientes e/ou gêneros (hiper) textuais à disposição dos usuários. (COSTA, 2009, p.22).

Um discurso hipermidiático⁴ seria então o mais adequado para caracterizar a produção no meio por movimentos ambientais e seus públicos, estes que se diferenciam dos antigos receptores dos meios de comunicação tradicionais, como o jornal e a televisão. Nesse ambiente hipermidiático digital, produtores e receptores se confundem, pois ambos constroem informações constantemente sobre qualquer assunto. Segundo Santaella (2007), a principal característica a se perceber na linguagem desses discursos é a liquidez, significado atual para a locução própria das redes planetárias de comunicação: “Essas redes produzem uma reconfiguração da linguagem, constituindo os sujeitos culturais fora do padrão do indivíduo racional e autônomo que deu sustento à noção de sujeito na era da cultura impressa” (SANTAELLA, 2007, p. 90).

Santaella (2007) define como “linguagem líquida”, esse novo tipo de linguagem mais volátil, fluida, maleável, múltipla dos discursos em meio digital:

Já não há lugar, nenhum ponto de gravidade de antemão garantido para qualquer linguagem, pois todas entram na dança das instabilidades. Texto, imagem e som já não são o que costumavam ser. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam-se,

³ Segundo COSTA (2009, p. 152), hipermídia é sinônimo de multimídia, termo utilizado “para definir um documento de computador composto de elementos de várias mídias, como áudio, vídeo, ilustrações e texto, porque permite a participação do usuário”.

unem-se, separam-se e entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força de gravidade dos suportes fixos lhes emprestavam. Viraram aparições, presenças fugidias que emergem e desaparecem ao toque delicado da pontinha do dedo em minúsculas teclas. Voam pelos ares a velocidades que competem com a luz. São tão voláteis que um dos grandes problemas atuais encontra-se nas novas estratégias de documentação que devem ser encontradas quando os meios de estocagem tornam-se obsoletos em intervalos de tempo cada vez mais curtos. (SANTAELLA, 2007, p. 24-25).

Santaella ao falar de linguagem líquida acopla uma metáfora cunhada por Bauman (2001) para caracterizar o estágio presente da era moderna, em que diversos sistemas e relações sólidas da sociedade são "derretidos" e passam a configurar uma nova mobilidade fluida, "líquida".

Essa é a linguagem dos conteúdos digitais, especialmente daqueles produzidos nas redes sociais digitais que este trabalho analisará. Como rede social, considera-se a definição clássica de Recuero: "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)" (RECUERO, 2009, p.24).

O mais famoso e utilizado site de rede social digital da atualidade é indiscutivelmente o Facebook. Objeto deste trabalho, essa mídia foi criada em 2003 pelo estudante da universidade de Havard, Mark Zuckerberg, e três amigos. Desde o início, a intenção era criar uma rede social aberta somente para o público estudantil, porém, com o passar de poucos anos, o Facebook se tornou um site de ampla utilização e originou a empresa Facebook.Inc. Hoje, contabiliza-se mais de um bilhão de usuários ativos no mundo. Seu caráter continua mais livre do que de outros sites, pois ainda permite a produção e divulgação de materiais pessoais e institucionais por qualquer pessoa que se cadastre na rede social. Uma característica que torna ainda mais complexa a atuação dos movimentos ambientais na rede, uma vez que precisa compartilhar seu espaço de enunciação com outro sujeito enunciador (o público).

Esse é um dos desafios que o movimento precisa confrontar, pois está em um ambiente difuso, em que discursos e máscaras são criados e recriados a todo o tempo e será considerado na análise que se segue.

Uma análise patêmica no Facebook

Patrick Charaudeau é o teórico do discurso escolhido para o trabalho realizado neste artigo. Com base em sua teoria semiolinguística, o autor considera que o discurso deve ser analisado por um viés psico-sócio-linguagístico, realizando-se

através da intervenção de um sujeito, sendo, ele próprio, psico-sócio-linguagístico [...]. A maneira pela qual abordamos o discurso insere-o numa problemática geral que procura relacionar os fatos de linguagem a alguns outros fenômenos psicológicos e sociais : a ação e a influência. (CHARAUDEAU, 2007, p. 1).

Charaudeau coloca o sujeito no centro da linguagem e considera em sua teoria que os sujeitos são parceiros em uma troca comunicativa, ou um “ato de linguagem”, e que, ambos, possuem uma intencionalidade em seu discurso. “Em decorrência, esse ato depende da *identidade* dos parceiros, visa uma *influência* e é portador de uma *proposição sobre* o mundo. Além disso, realiza-se num tempo e num espaço determinados, o que é comumente chamado de *situação*” (CHARAUDEAU, 2007, p. 4).

Tal intencionalidade apontada por Charaudeau pode ser direcionada em maior medida para a busca da emoção. A fim de tocar o outro, o sujeito enunciador ingressa em um processo de dramatização, utilizando argumentos que apelam aos sentimentos e à emoção do sujeito destinatário. É esse tipo de construção emotiva que será analisada no *post* selecionado na página da Associação Mineira de Defesa do Ambiente (AMDA) no site de rede social Facebook.

O fenômeno da busca pela emoção é chamado *pathos* e considerado, na análise do discurso, como uma noção “[...] utilizada para assinalar as discursivizações que funcionam sobre efeitos emocionais com fins estratégicos” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2006, p.372). Avaliado como uma estratégia de apelo à

emoção, o *pathos*, segundo Charaudeau (2007), não é uma tática discursiva inconsciente, como muitas vezes o universo das emoções é considerado. O teórico defende a ocorrência de uma “racionalidade subjetiva” (2007) das emoções, em que o sujeito é orientado sempre por uma intencionalidade de seu ato de linguagem e as emoções “são orientadas em direção a um objeto ‘imaginado’ já que este objeto é extirpado da realidade para se tornar um ‘real’ significante” (CHARAUDEAU, 2007, p.1).

Pode-se considerar que o objeto analisado neste artigo, o *post* da AMDA do dia 16 de abril de 2014, está sob uma base linguística de projeção do *pathos* que visa obter possíveis efeitos persuasivos em seus públicos leitores da rede social Facebook. No *post*, a situação encenada é um pedido ao leitor. O enunciado visa uma incitação, um “fazer crer” em sua orientação, como se aquilo que diz fosse verdade, credível e legítimo na enunciação. Ele o faz sob uma identidade discursiva ou *ethos* educador e, ao mesmo tempo, legítimo para o enunciador, pois se coloca sob a máscara do julgador moral.

Durante a análise do *post*, definiu-se que a composição do *pathos* se dá por meio do apelo à proximidade, orientação e ameaça. A estratégia patêmica é utilizada no *post* como meio para seduzir o outro, uma tentativa de produzir no leitor um convencimento por meio de índices linguísticos-semióticos que serão apresentados a seguir.

Fig.1 - Post da AMDA – 16/4/2014



Fonte: <https://www.facebook.com/AmdaMinasGerais>

Pathos de proximidade e orientação

Observa-se na primeira frase do *post* da AMDA uma alusão à famosa mensagem “mais amor, por favor”, que desde 2009 se tornou o nome e a motivação de um movimento social organizado na internet e atuante nas ruas de todo o país. A paródia “mais educação, por favor” apresenta, assim, uma referência que pode ser familiar ao internauta. Ao incitar um termo que é próximo para a instância receptora, o produtor do discurso resgata a coesão social pela estratégia patêmica (CHARAUDEAU, 2007, p.1), o que “permitiriam ao indivíduo constituir seu sentimento de pertencimento a um grupo (Mauss), representariam a vitalidade da consciência coletiva”, constituindo-se a tentativa de sedução por um *pathos* de proximidade.

É nesse reconhecimento e agir coletivo que se apoia o universo das emoções, segundo Charaudeau, de tal forma que os sujeitos constroem seus julgamentos e normatizam suas crenças a partir desse universo. Na internet, tais emoções são rapidamente e facilmente compartilhadas com a contribuição do suporte tecnológico. Porém, de forma mais complexa e fluida do que em outros suportes, pois é o novo dispositivo que media as interações de forma virtual e pode

colaborar para a construção de novas situações de interação coletiva. É o que defende Santaella:

[...] as imagens da subjetividade são hoje multiformes, heteróclitas, descentradas, instáveis, subversivas. Não obstante a pluralidade de caminhos, a constante de todos eles está na busca por escapar do velho e familiar eu, aquele reconfortante “eu” da filosofia humanista, da hermenêutica e da fenomenologia [...]. (SANTAELLA, 2007, p.88).

Para conquistar esse sujeito fluido, complexo e, por vezes, “subversivo” com identidades múltiplas, faz-se ainda mais necessário que o movimento ambiental em seu papel de instância produtora do discurso atue como encenador do espetáculo de dramatização, conduzindo o espectador a se sentir totalmente tocado pelo apelo patêmico realizado. No caso do *post* analisado, o apelo é pela educação no ato de destino do lixo. De acordo com os termos analisados na primeira frase, a crença defendida pela instância de produção parece ser a de que “educado” é o indivíduo que joga seu lixo no lugar socialmente correto, como nas lixeiras.

A mensagem inicial pode carregar, assim, a noção de convite à educação. Ela pode soar como um convite irrecusável, quando o apelo é acentuado com o termo “por favor” e completado pelos dizeres da imagem, que apontam um resultado negativo para aqueles que não agirem com educação. Pode-se pressupor, assim, que tal enunciado visa também um *pathos* de orientação ao leitor.

Na imagem, a mensagem inscrita em uma placa, que é um signo icônico de alusão às placas de alerta que são instaladas em caminhos de florestas e parques, está centrada no destinatário e incita um diálogo informal com o sujeito leitor, em um primeiro momento, quando utiliza a redução da palavra você por “vc”, uma estratégia típica das conversações na internet que pode deixar o conteúdo do enunciado ainda mais próximo para o leitor, provocando, assim, maior encanto durante a leitura do texto.

É também negativamente que esse sujeito é colocado na frase da imagem, se não agir corretamente no ato de dispensar o lixo. A condição negativa reforça a

presença do apelo à coletividade, que normatiza o sentir-se ambientalmente correto. Se o sujeito convidado a agir corretamente não estiver de acordo com a norma de educação, será julgado, até “punido” com o estereótipo de “lixo”, conforme pode-se interpretar a partir da segunda frase da imagem escrita de forma formal: “mas ele diz muito sobre você”. O enunciador optou por uma linguagem mais séria nesta segunda frase, devido à prudência da afirmação. Também há nessa frase a comparação de pessoa ao objeto lixo, reforçando um estereótipo negativo de pessoa má educada. Tal similaridade será possível se o interlocutor não agir corretamente, como punição, como já foi dito.

Uma possível interpretação para o uso implícito do estereótipo talvez seja a necessidade de reforçar o *pathos* orientador, uma vez que a alusão ao estereótipo negativo possa servir como exemplo de má conduta para o receptor, contribuindo para a construção do sentido. “Para a Análise do Discurso, o estereótipo, como representação coletiva cristalizada, é uma construção de leitura (Amossy, 1991:21) [...]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2006, p. 215).

Ao utilizar esse tipo de estratégia, o enunciador parece defender o senso comum de um ser ambientalmente correto, que é educado quando não joga o lixo no chão. Ele pode acreditar que o leitor também partilha do conhecimento desse estereótipo e não deseja ser comparado a ele. É o que ele aposta e espera do seu público ao utilizar menções a essas representações socioculturais preexistentes.

***Pathos* de ameaça**

Outro efeito patêmico visado pelo enunciador no *post* da AMDA é a ameaça. Ela pode ser explicitamente observada na segunda frase que está inscrita na imagem. O enunciado incita uma ameaça ao leitor que não seguir sua orientação: a de que ele será estereotipado como mal educado.

Pode-se induzir que a ameaça está implicitamente no verbo “diz”, que assume uma “força perlocutória”, conceito cunhado na teoria de Austin sobre os atos de

fala (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2006, p. 72), que define bem a propriedade desse verbo ilocutório de realizar um ato “pelo simples fato de dizer qualquer coisa”.

O verbo “diz” personifica o “lixo” assim como “não fala”, na primeira frase da imagem também o faz de forma patêmica. O enunciado joga com o imaginário do leitor ao fazê-lo idealizar um sujeito “lixo” que pode controlá-lo ou vigiá-lo durante uma ação, causando, assim, uma emoção de ameaça ou possível angústia. Segundo Charaudeau (2007, p. 15), a angústia ou medo faz com que o sujeito mobilize “assim, uma rede de crenças que lhe faz encarar diferentes representações, sempre negativas, deste objeto [...]”.

O medo provocado pela vigilância do sujeito “lixo” pode ser interpretado também como uma emoção comumente projetada na internet. No mundo virtual, conforme Sibilia (2008), todos compartilhamos o saber de uma visibilidade total e paradoxalmente vivemos angustiados pela publicidade do privado e “controle” das subjetividades.

Hoje, nós sabemos que a transparência lisa e brilhosa da tela de um monitor conectado à internet pode ser ainda mais inimiga do mistério, mais loquaz e indiscreta que qualquer janela modernista. Nada mais afastado daqueles espaços recobertos de veludo e rendas que eram os clássicos lares burgueses do século XIX, carregados de mobília, tapetes e bibelôs. (SIBILIA, 2008, p. 79).

Ao usar um discurso atual, a visada patêmica é reforçada pelo movimento ambiental, ajudando-o a construir a imagem do sujeito ambientalmente correto.

Algumas considerações finais

Ao jogar com as imagens com as quais um sujeito destinatário pode se identificar, o movimento ambiental trabalha com crenças coletivas de atitudes politicamente corretas e as reforça ao evidenciar o que é um indivíduo correto, que deve ficar atento para contribuir com o meio ambiente destinando seu lixo no devido lugar. Além disso, o enunciador aposta em enunciados que podem vir a produzir efeitos

de ameaça e orientação a fim de levar o leitor a legitimar sua mensagem.

A análise primária feita neste artigo sobre o uso de tais estratégias patêmicas sinaliza que um possível efeito de convencimento e persuasão pode ser efetivado, se tais táticas patêmicas forem validadas pelo grupo social que recebe as postagens do movimento ambiental, vindo a possibilitar uma melhor visibilidade para a instituição, uma vez que estão de acordo com a imagem que os seguidores partilham em relação às atitudes ambientalmente corretas.

Porém, há de se registrar aqui que, como foram analisados primariamente alguns efeitos patêmicos vindos de uma única publicação do movimento ambiental, ainda não é possível chegar a conclusões precipitadas acerca do uso do *pathos* no Facebook como estratégia de visibilidade para os movimentos. O presente estudo atua como motivação para trabalhos posteriores que podem levar em conta a pré-análise e categorização prévia realizada neste artigo.

EMOTIONS SHARED: PATHOS CONSTRUCTION OF AN ENVIRONMENTAL MOVEMENT ON FACEBOOK

ABSTRACT: The environment of sharing facilitated by digital social networks can offer an alternative public visibility and mobilization for environmental movements from the characteristic proper to the digital space, cyberdifusão information. However, to take advantage of the possibilities of this medium, new narrative strategies must be created by the movements in order to reshape their hypermedia discourse. For digital atmosphere are created new content, with different discursive strategies, digitally produced to circulate on platforms that have other rules of composition writing and reading virtual. This article presents an elementary analysis of the use of pathos as a discursive strategy for possible persuasive effects in digital utterances of the environmental movement Mining Association for Environmental Defense - AMDA in digital social networking site Facebook, which is the most famous and used today . Through discursive investigation of the institution in a post on his Facebook page on April 16, 2014, identified three compositions pathos used by the enunciator (proximity, orientation and threat), signaling a possible effect of convincing and persuasion can be accomplished through the digital medium if the validation of these strategies for instance patêmicas reception occurs, thus contributing to the visibility of the movement.

KEYWORDS: Pathos. Environmental movement. Digital social network. Facebook. Public visibility.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e discurso político. In: MACHADO, Ida Lucia; MENEZES, William; MENDES, Emilia (Org.). **As Emoções no Discurso**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, v.1, p. 240-251.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emilia; MACHADO, Ida Lucia (Org.). **As Emoções no Discurso**. São Paulo: Mercado Letras, 2007.

COSTA, Sérgio Roberto. **Minidicionário do discurso eletrônico-digital - volume 1**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**. São Paulo: Paulus, 2008, p. 117-162.

PEREIRA, Marcus Abílio. **Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital**. Trabalho apresentado no IV Encontro da Associação dos Pesquisadores Brasileiros em Comunicação e Política (Compolítica). Realizada no Rio de Janeiro, de 13 a 15 de abril de 2011, p. 1-26. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.

SIBILIA, Paula. **O show do eu – a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

Texto recebido em: 11/09/2014.

Texto aceito em: 04/12/2014.