

“Quanto custa mudar o mundo?” análise da dimensão discursiva do ciberativismo na WikiLeaks

“What does it cost to change the world?” analysis of the discursive dimension of cyberactivism on Wikileaks

Willian Fernandes Araújo¹
Ernani Cesar de Freitas¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo estabelecer uma reflexão sobre como as estratégias discursivas são usadas como práticas ciberativistas. Discute-se também o conceito de ciberativismo. Para tal, realiza-se a análise de discurso do vídeo “What does it cost to change the world?”, da organização ciberativista Wikileaks, buscando identificar quais estratégias discursivas são empregadas e com qual finalidade. Faz-se a análise do discurso de base Semiolinguística, calcada na obra de Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). Constatou-se que o enunciador utiliza-se da enunciação elocutiva e a persuasão argumentativa por meio de recursos descritivos (efeito de saber, de confiança e de gênero) com a finalidade de incitar, ou seja, fazer-fazer, ou melhor, fazer-colaborar e de colocar no debate social os seus valores de crença.

Palavras-chave: Wikileaks, ciberativismo, discurso, semiolinguística, análise do discurso.

ABSTRACT

This article aims to establish a reflection on how the discursive strategies are used as cyberactivist practices. It's also discussed the concept of cyberactivism. Thereunto, the discourse analysis of the video “What does it cost to change the world?”, from the cyberactivist organization Wikileaks, is done, searching to identify which discourse strategies are used and with which purpose. The Semiolinguistic discourse analysis is done based on the work of Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). It was found that the enunciator uses the elocutive enunciation and the argumentative persuasion by descriptive resources (effect of knowledge, confidence and gender) with the purpose of inducing, that means, make-make, or better, make-cooperate and place on the social debate their values of belief.

Key words: Wikileaks, cyberactivism, discourse, semiolinguistic, discourse analysis.

¹ Universidade Feevale. ERS 239, 2755, 93352-000, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mails: willianfaraujo@gmail.com; ernanic@feevale.br.

Introdução

A primeira década do século XXI ampliou os debates sobre o fenômeno da utilização dos novos aparatos tecnológicos na busca da mudança de panoramas sociais. Como todo o fenômeno social emergente, o ciberativismo ganhou visibilidade midiática em diversos episódios ao longo dos últimos 20 anos. Entretanto, após a grande repercussão de movimentos recentes, entre eles o que ficou conhecido como Primavera Árabe, essa prática é observada midiaticamente como uma novidade, e não como processo contínuo e crescente, que está ligado à própria gênese do que conhecemos hoje por internet.

Ao estudar movimentos sociais no panorama societal que chamou de Sociedade em Rede, Castells (2001) afirma que esses movimentos são mobilizados especialmente na busca de mudanças simbólicas na sociedade. Dessa maneira, as construções discursivas desses grupos são de suma importância para compreender suas atividades. Dessa maneira, este artigo tem como objetivo refletir sobre de que maneira o discurso é usado como prática ciberativista.

Para isso, nos propomos a realizar a análise de uma produção discursiva da organização ciberativista de mídia WikiLeaks. Usaremos a análise do discurso de base Semi-linguística, calcada na obra do linguista francês Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). Essa metodologia empírico-qualitativa considera o ato de linguagem como uma encenação, um jogo comunicativo.

Nessa perspectiva, a linguagem é considerada como veículo social de comunicação e, diante disso, o dito é compreendido não como algo individual, mas como um arranjo entre vozes sociais e intencionalidade individual, “pois os aspectos psicossocial e situacional lhe garantem uma individualidade. O discurso é, então, considerado como um ato interativo de fala, pleno de intencionalidade, entre dois parceiros – os sujeitos do ato de linguagem” (Barbisan *et al.*, 2010, p. 177).

Este artigo está metodologicamente organizado por uma pesquisa descritiva e bibliográfica, valendo-se da abordagem qualitativa para realização da análise do discurso sobre conteúdo da produção audiovisual integrante da campanha “*Banking Blockade*” (Wikileaks, 2011). Esta campanha foi divulgada na internet pela Wikileaks contra o bloqueio que sofreu de instituições bancárias. O vídeo “Quanto custa mudar o mundo?”², com pouco

mais de um minuto de duração, foi divulgado em junho de 2011 e publicado no sítio Vímeo (Wikileaks, 2011), ferramenta de mídia social utilizada para veiculação de produções audiovisuais.

Diante desse contexto, porém, antes da análise de discurso propriamente dita, faz-se reflexão teórica sobre o conceito de ciberativismo e o papel das estratégias discursivas nas suas práticas. Ao tratar o ciberativismo como fenômeno social emergente, mas imanente ao processo que deu origem à internet, apresentamos diversos conceitos de ciberativismo, condensando, ao fim, uma proposta adequada ao nosso entendimento.

Ciberativismo: fenômeno social imanente à rede

Como bem coloca Sérgio Amadeu da Silveira (2010, p. 31), o ativismo por meio das novas ferramentas tecnológicas surge na própria esfera de definição de padrões dessas tecnologias: “ele influenciou decisivamente grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet”. Ou seja, o ciberativismo é imanente à própria internet.

A definição de ciberativismo usada por Silveira (2010) identifica-o como o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas em defesa de causas específicas, sejam elas políticas, ambientais, sociotécnicas etc. A abrangência dessa conceituação mostra a relevante preocupação de Silveira (2010) em reconhecer a pluralidade de expressões dessa prática, principalmente diante do atual espectro ideológico, que não mais proporciona definições estanques como no mundo industrial (Silveira, 2010).

Ao colocar o ciberativismo na gênese da própria internet, Silveira (2009, p. 104) se refere ao processo peculiar que deu origem ao modelo não proprietário pelo qual a conhecemos atualmente, principalmente por ter sido construída

colaborativamente por grupos de voluntários que no decorrer de sua história foram envolvendo, além dos acadêmicos e hackers, engenheiros e especialistas de várias empresas, para construir os elementos fun-

² Nome original é: *What does it cost to change the world?*

damentais do funcionamento da rede, a saber, os seus protocolos de comunicação.

As características que advêm desse modelo são justamente as que proporcionam o poder comunicativo que serve ao ciberativismo. Como comenta Silveira (2011) em texto posterior, ao mesmo tempo em que o modelo trazido pela internet representa um grande arranjo de técnicas de controle, apontado como símbolo máximo do patamar social chamado por Gilles Deleuze (1992) de Sociedade de Controle, provê a expansão do poder comunicacional por meio da grande interatividade, velocidade e dispersão da comunicação. Com isso, o ciberativismo legitima-se na utilização radical de possibilidades como as redes distribuídas, o anonimato, e mesmo a visibilidade que a internet pode proporcionar.

A precipitação do modelo social apontado por Deleuze (1992) como Sociedade de Controle, dá-se após a Segunda Guerra Mundial, quando passa a funcionar não mais com o confinamento em instituições disciplinares, como definira Foucault (2007), mas no controle contínuo e na comunicação instantânea. Deleuze (1992) considera que as sociedades de controle operam com uma terceira geração de máquinas, com tecnologia da informação e computadores.

Deleuze (1992) atribui a Foucault (2007) o anúncio da passagem desta sociedade disciplinar ao que conceituou como Sociedade de Controle. Entretanto, conforme Michel Hardt (2000), é difícil encontrar indícios da conceituação feita por Deleuze (1988) na obra de Foucault: “ao anunciar tal passagem, Deleuze formula, após a morte de Foucault, uma ideia que não encontramos expressamente formulada na obra de Foucault” (Hardt, 2000, p. 357).

Assim, o posicionamento de Silveira (2011), em relação à tensão entre controle e liberdade no ciberativismo neste novo momento da sociedade, é semelhante ao apresentado por Henrique Antoun e Fábio Malini (2010). Esses autores compreendem a internet como um campo social no qual a liberdade é disputada e que atuação social, mobilização e engajamentos são valores da rede. Essa liberdade é considerada, na prática, como os mecanismos e atos autônomos de cooperação por meio da rede.

Desse modo, para Antoun e Malini (2010), as manifestações ativistas na internet são tratadas como a

biopolítica da rede, em contraposição ao biopoder. Este posicionamento remete à reinvenção do conceito de Michel Foucault por Antonio Negri e o seu aprimoramento por autores posteriores.

Essa biopolítica evocada por Antoun e Malini (2010) configura-se como a capacidade de a vida governar-se. Ou seja, ela se exerce como uma liberdade positiva na atividade dos usuários ao construir de forma singular um campo mais extenso de significados dos acontecimentos sociais. Isso se entrelaça com novas narrativas que esmiúçam fatos, ideias, dados, imagens, que ampliam a capacidade da rede de revelar sentidos que até então eram negociados na lógica do *gatekeeper*³ da mídia tradicional. (Antoun e Malini, 2010).

Nessa perspectiva, a biopolítica da rede constitui-se como a forma pela qual manifestações autônomas conseguem exceder os controles e bloqueios da rede (Antoun e Malini, 2010). Em outras palavras, a biopolítica consiste em fazer uma utilização ativista da internet, colocando suas ferramentas a favor dessas ações.

Apesar de não trabalhar com o termo ciberativismo, a obra de Manuel Castells (1999, 2001, 2003) é repleta de apontamentos relevantes sobre a utilização da tecnologia em ações ativistas. Castells (2003) aborda tal utilização pelo viés dos movimentos sociais, considerando suas mudanças até o momento em que conceitua como “sociedade em rede”. A noção de “ativista” como um indivíduo engajado em uma disputa simbólica é contemplada na obra de Castells (2003), principalmente ao se referir aos movimentos mais recentes.

Em sua obra “O poder da identidade”, Castells (2001) detalha melhor as características dos movimentos sociais em atividade, no que chama de sociedade em rede. Ao desenhar conceitualmente o panorama desse novo estágio social, Castells (2001) salienta a premência da identidade como principal significado em um contexto de desestruturação de instituições e de manifestações culturais marcadas pela efemeridade. Esse diagnóstico também é apresentado por Stuart Hall (1999): aponta esse autor um processo de enfraquecimento das velhas identidades e o surgimento de novas que fragmentam o antes unificado indivíduo moderno. A partir disso, as identidades passam a ser construídas pelos indivíduos ao longo de suas vidas.

A importância de compreender o panorama das identidades no atual estágio social é fundamental para o entendimento da lógica dos movimentos ciberativistas.

³ Termo largamente usado nos estudos de comunicação para caracterizar a edição dos meios de comunicação de massa, a escolha do que será veiculado. Segundo Nelson Traquina (1999), o termo foi criado pelo psicólogo Kurt Lewin, sendo veiculado em artigo em 1947. Entretanto, sua aproximação com o campo da comunicação se deve a David Manning White (Traquina, 1999).

Conforme lembra Castells (2001), é por meio das práticas, principalmente das práticas discursivas, que esses movimentos constroem sua autodefinição, ou seja, sua identidade a ser compartilhada entre seus apoiadores.

Diante disso, Castells (2001) propõe como método de análise desses movimentos a utilização das categorias da tipologia clássica de Alain Touraine, que, ainda na década de 1970, as definiu baseando-se em três fatores principais: autodefinição, adversários e metasocietal. Essa tipologia utilizada por Castells (2001) propõe uma análise totalmente calcada nas construções discursivas desses movimentos, seja diante da construção de sua máscara discursiva (autodefinição, identidade) (Charaudeau, 2008), de sua meta de mudança social, ou mesmo pela afirmação do adversário do movimento.

A definição proposta por Castells (2001) se baseia em um método de estudos de grupos organizados, principalmente, os denominados movimentos sociais. Entretanto, ao abordar o ciberativismo, vê-se um espectro mais amplo e complexo de formas de mobilização. Isso pode fazer com que as categorias propostas por Castells (2001) possam não se aplicar a determinado movimento ciberativista.

David de Ugarte (2008), em seu livro “O poder das redes”, caracteriza as novas tecnologias de comunicação como protagonistas de uma mudança de estrutura de poder. Para Ugarte (2008), a abertura do polo de emissão ciberespaço cria um meio global de comunicação capaz de suplantar a edição dos meios de comunicação tradicionais, o *gatekeeping*. A partir desta compreensão da dinâmica informacional na internet, Ugarte (2008) caracteriza o ciberativismo como uma estratégia de busca de visibilidade midiática e social.

Sem entrar em detalhes técnicos sobre a infraestrutura da rede, Ugarte (2008) atribui à forma de comunicação distribuída a força de fenômenos sociais emergentes, como o ciberativismo. Assim, a premissa básica de Ugarte (2008) é que passamos de um fluxo comunicacional descentralizado para um fluxo distribuído, diminuindo o poder dos conglomerados de mídia. Isto é, o autor (2008) assinala a mudança de uma estrutura de comunicação baseada nos meios de comunicação tradicionais, para um ambiente comunicativo como a internet, em que os polos de fala são diversificados. Com isso, incluem-se no debate público grupos sociais antes dependentes da mídia tradicional para manifestação de seu discurso.

Nesse sentido, Ugarte (2008) acredita que fenômenos sociais como ciberativismo se potencializam diante da ampliação da autonomia comunicativa. Dessa maneira, o ciberativismo ocorre por um processo de autoagregação espontânea. Assim, o autor atribui à identidade o *status* de elemento-chave dessas mobilizações em redes distribuídas.

A partir desta compreensão, Ugarte (2008) defende que o ciberativismo, atualmente, é composto de três vias principais unidas pelo que o autor chama de ‘empoderamento individual’: discurso, ferramentas e visibilidade.

O discurso, chamado por Ugarte (2008, p. 57) de “*hacking* social”, além de propiciar uma gama de significados sociais alternativos à mídia de massa, também é apontado como responsável pelo estabelecimento dos componentes identitários classificados como fundamentais diante do ambiente distribuído da internet. Ou seja, a efetividade das ações ciberativistas frente ao diagrama da rede distribuída depende do engajamento de indivíduos desconhecidos. Esse engajamento se dá quando há identificação com a imagem discursiva, que é construída por meio das enunciações ciberativistas.

Já as ferramentas, apontadas por Ugarte (2008) como uma das três vias fundamentais do ciberativismo, surgem da ideia do “faça você mesmo”. Baseada no ideário da cultura hacker, a criação de ferramentas em prol de ações ciberativistas podem ser caracterizadas como a essência do hacktivism, uma das tipologias de ciberativismo, como será exposto no decorrer desta seção.

Por fim, a visibilidade é conceituada por Ugarte (2008) como o objetivo de luta permanente desses movimentos. Como foi referido, o ciberativismo para Ugarte (2008) representa uma estratégia de busca da inclusão de determinados temas na pauta do debate público.

A partir do entendimento deste tripé de sustentação do ciberativismo (discurso, ferramentas e visibilidade), Ugarte (2008, p. 58) define o ciberativista como “alguém que utiliza a Internet [...] para difundir um discurso e colocar à disposição pública ferramentas que devolvam às pessoas poder e a visibilidade que hoje são monopolizadas pelas instituições”. Assim, esse autor retoma e enfatiza a ideia do ciberativismo como disputa pela inclusão de determinadas pautas no agendamento público.

De outra maneira, Samira Feldman Marzochi (2009), em sua tese de doutorado em Sociologia, que teve

⁴ O termo *hacker* ainda será melhor abordado neste capítulo. No sentido empregado pelo autor neste momento, *hacking* está ligada à ideia de reconfiguração social. Ou seja, o discurso ativista em redes distribuídas como uma forma de reconfiguração das vozes sociais que circulam na sociedade.

como *corpus* de análise a ONG Greenpeace, vê o ciberativismo sob o prisma da cidadania. Cabe lembrar, como faz Marzochi (2009), que geralmente esse conceito está ligado à participação dentro de um Estado. Neste caso, a autora (2009) frisa que o termo é usado no sentido de pertencimento a um determinado grupo social.

Desse modo, diante das novas formas de mobilização possibilitadas pela rede mundial de computadores, Marzochi (2009) considera que o ciberativismo pressupõe uma nova cidadania, chamada por ela de cibercidadania. Trata-se de uma ligação social que extrapola as fronteiras nacionais. Assim, o ciberativismo representa “uma nova cultura de ligação individual com o mundo [...] O universo deste novo ser político, o cibercidadão, é a Terra em sua existência material e finita” (Marzochi, 2009, p. 286).

Ao compreender os conceitos de ciberativismo explanados até este momento, propõe-se a definição a ser adotada para o presente estudo. Tal proposta nada mais representa que o agrupamento de aspectos importantes de cada conceituação apresentada. Dessa maneira, consideramos ciberativismo o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais por meio da circulação na rede de discursos e de ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas. Trata-se de uma nova cultura de ligação com os assuntos de uma cidadania em contexto global.

Na seção seguinte, apresentam-se conceitos essenciais da teoria semiolinguística proposta por Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010), a fim de embasar a análise do *corpus* de pesquisa estabelecido para este estudo.

Semiolinguística

Proposta por Patrick Charaudeau no início dos anos 1980 (Barbisan *et al.*, 2010), a semiolinguística busca evitar a dicotomia entre linguagem como um objeto transparente, e seu interesse por *do que* fala, e a concepção de linguagem como objeto opaco e seu interesse por *como* fala.

Na perspectiva semiolinguística, a análise do discurso não se trata de uma metodologia experimental, mas sim empírico-dedutiva. A partir disso, Charaudeau (2005) compreende que o sujeito analisante parte do material empírico para determinar os objetivos em relação ao objeto construído, e que instrumentalização é usada de acordo com o procedimento proposto.

Dessa maneira, a semiolinguística considera a linguagem como veículo social de comunicação e, diante disto, compreende o dito não como algo individual, mas como um arranjo entre vozes sociais e intencionalidade individual.

Então, o ato de linguagem é considerado uma encenação, organizada de acordo com os objetivos de um sujeito comunicante (EUC) que, dentro de certa situação de comunicação e por meio de determinados mecanismos de encenação do discurso, organiza a encenação do ato de linguagem. Ou seja, esse sujeito comunicante, por meio de determinadas visadas, organiza e encena suas intenções de forma a produzir efeitos determinados no sujeito interpretante (TUi).

Charaudeau (2008, p. 24) adverte que a finalidade dos atos de linguagem não deve ser buscada apenas na configuração verbal feita pelo sujeito comunicante, mas sim no jogo entre ela e o sentido implícito que pode ter, “tal jogo depende da relação dos protagonistas entre si e da relação dos mesmos com as circunstâncias de discurso que os reúnem”. É esse caráter de jogo que faz com que o ato de linguagem na semiolinguística seja considerado uma aposta.

Sendo assim, o ato de linguagem (A de L), para Charaudeau (2008), é organizado pela relação de combinação entre implícito e explícito, circundados pelas circunstâncias de discurso (C de D). Essa formação conceitual é representada pela seguinte fórmula proposta pelo autor (2008, p. 27): “A de L = [Explícito x Implícito] C de D”.

Esse ato de linguagem conceituado por Charaudeau (2008) é composto de quatro sujeitos: sujeito comunicante (EUC) e sujeito interpretante (TUi), seres sociais testemunhas reais do ato de enunciação; além do sujeito destinatário (TUD) e sujeito enunciador (EUE), seres linguageiros, existentes apenas na esfera do discurso. Assim, o sujeito comunicante é o responsável pela organização do ato de linguagem. Charaudeau (2008) considera o EUC uma testemunha do real, realidade essa sempre condicionada pelos saberes do interpretante (TUi). Este sujeito interpretante, TUi, alvo da encenação de EUC, não se caracteriza como um receptor passivo. Ao contrário, ele é responsável por construir uma imagem do EUC, de acordo com as circunstâncias do discurso, buscando apurar as suas intenções. É esse processo de interpretação que dá origem ao EUE, um sujeito da fala originado pelas intenções de EUC, constituindo-se como sua máscara discursiva, e pelas interpretações de TUi.

O processo de produção de discurso iniciado por EUC dá origem a outro ser da fala, como EUE, que é o sujeito destinatário, ou TUD, receptor idealizado pelo

comunicante. TUD é a imagem que EUC cria sobre TUI ao propor o ato de linguagem. Entendendo tal dinâmica, é possível afirmar que EUC tem domínio total sobre TUD, estabelecendo uma relação de transparência – ao contrário de sua relação com TUI, que é uma relação de opacidade, em que TUI depende apenas de si próprio para realizar o processo de interpretação diante da situação discursiva posta.

Desta forma, a relação entre TUD e TUI é fundamental para o entendimento da dinâmica discursiva. Os efeitos buscados pelo sujeito comunicante serão produzidos efetivamente quando o TUI identificar-se com essa identidade linguageira interna ao dizer, realizada pelo sujeito comunicante. Entretanto, a não identificação entre a imagem criada pelo sujeito comunicante e o sujeito interpretante nem sempre representa uma falha do comunicante: Charaudeau (2008) exemplifica a “provocação” como uma situação em que a criação deste “ser de fala” (TUD) é propositalmente diferente ao ser social (TUI).

Assim, na produção audiovisual que nos propomos analisar temos como sujeito comunicante (EUC) a organização Wikileaks. Como interpretante (TUI) deste vídeo, teremos todas as pessoas (destinatários) que receberam por meio de suas redes sociais essa publicação ou os que, de alguma forma, seja pelo sítio da organização ou por buscadores, consumiram tal produção audiovisual.

Assim, ao entrar para a esfera das estratégias discursivas, consideramos que o enunciador (EUE) se constrói como alguém que “trabalha para mudar o mundo” e que tem certos gastos para isso (“Assistir ao mundo mudando como resultado do seu trabalho: Não tem preço”⁵). Ao se enunciar, EUE também cria a imagem de seu interlocutor ideal, o TUD, como alguém que concorda com seus saberes de crença, sua visão de mundo. Comprovamos isto a partir do seguinte enunciado: “Existem algumas pessoas que não gostam de mudanças. Para todas as outras, existe a Wikileaks”⁶.

Esses saberes de crença (ou valores de crença) representam o olhar subjetivo do EUC, que constrói sua máscara discursiva (EUE) por meio das avaliações e co-

mentários sobre o mundo. Charaudeau (2006) acredita que, quanto a saberes de crença, a semiotização do mundo se dá segundo normas das “práticas sociais” que irão nortear, por exemplo, a avaliação do que é “bom” e do que é “mau”. Ou seja, esse tipo de saber baseia sua construção do mundo de acordo com as maneiras de proceder defendidas em seu discurso.

A própria logomarca desta organização ciberativista, que pode ser vista aos 45 segundos do vídeo, representa um texto iconográfico no qual o sujeito enunciativo (EUE) encena-se. Mendoza (2011) vê na construção discursiva da logomarca da WikiLeaks uma espécie de manifestação iconográfica de suas pretensões:

*Ela funciona como uma espécie de manifesto gráfico, uma imagem de denso conteúdo político, exprimindo uma noção de amplas conclusões. Esta ampulheta cósmica inclui um globo duplicado visto de um ângulo que coloca o território iraquiano no centro. Dentro deste dispositivo, o planeta superior e mais escuro é trocado, gota a gota, por um novo. O poder da imagem está no sentido da inexorabilidade que transmite, aludindo a concepções absolutas como o fluxo do tempo e a força da gravidade. O símbolo do WikiLeaks pode ser lido como uma ameaça otimista que admite que no mundo de cima não há lugar para esperança. O logotipo narra um apocalipse gradual, e por articular este processo de transformação através da imagem do vazamento, a WikiLeaks se define como o agente crítico na transformação de um mundo novo.*⁷

Ou seja, Mendoza (2011) identifica que, por meio da encenação discursiva em sua logomarca, a WikiLeaks busca tomar uma posição, como EUE, de “agente de transformação do mundo”. Apesar de reconhecermos que a análise do autor (2011) é repleta de suas opiniões subjetivas sobre a WikiLeaks, encontramos, no decorrer desta produção audiovisual, possíveis interpretativos que corroboram as assertivas de Mendoza (2011).

⁵ Tradução nossa. Texto original transcrito da produção audiovisual analisada: “Watching the world changing as a result of your work: priceless” (Wikileaks, 2011).

⁶ Tradução nossa. Texto original transcrito do texto audiovisual analisado: “There are some people who don't like change. For everyone else, there is Wikileaks”. (Wikileaks, 2011).

⁷ Tradução nossa. Texto original: *It works as a sort of graphic manifesto, an image of dense political content stating a notion of ample consequences. A cosmic sandglass encloses a duplicated globe seen from an angle that puts Iraqi territory at the centre. Inside this device the upper and darker planet is exchanged, drip by drip, for a new one. The power of the image lies in the sense of inexorability it conveys, alluding to earthly absolutes like the flow of time and the force of gravity. The WikiLeaks symbol can be read as a bullish threat that grants the upper world no room for hope. The logo narrates a gradual apocalypse, and by articulating this process of transformation through the image of the leak, WikiLeaks defines itself as the critical agent in the becoming of a new world.*

Após definir os sujeitos do ato de linguagem deste *corpus* de estudo, identificamos os elementos do circuito externo ao ato de linguagem, o nível situacional, mediante a descrição das seguintes características: físicas, identitárias dos parceiros, contratuais, finalidade do ato de linguagem e a natureza do saber transacionado. Por fim, remetemo-nos ao nível discursivo, na busca de identificar as estratégias enunciativas, por meio de atitudes enunciativas como os atos locutivos e as modalidades enunciativas. Também há intenção de descrever o *mise-en-scène* enunciativo elaborado a partir das estratégias argumentativas que se verificam no dispositivo argumentativo (formado por proposta, proposição e persuasão), além dos procedimentos discursivos encenados. Para melhor dispor esse esquema de análise, veja o Quadro 1.

Então, conforme o Quadro 1, apresentamos alguns resultados deste estudo, com base na aproximação entre os resultados da análise semiolinguística do discurso realizada no *corpus* de pesquisa e os objetivos traçados.

Nível situacional: contrato de comunicação e as restrições discursivas

Outra noção importante na obra de Patrick Charaudeau (2008) e, conseqüentemente, na semiolinguística, é a de contrato de comunicação. Tal elaboração teórica pressupõe que indivíduos pertencentes a grupos sociais têm certos consensos languageiros de suas práticas sociais. Isso implica a ideia de que o ato de linguagem representa uma proposição que um EU, buscando influenciar, faz a um TU aguardando sua adesão.

A noção de contrato, dentro da semiolinguística, está associada a outras construções importantes, como o princípio da pertinência, visto estabelecer que, ao transacionar o mundo semiotizado, os sujeitos devem poder compartilhar saberes sobre o mundo. O princípio da influência também se faz relevante para compreensão do contrato. Trata-se da noção de que todo ato de linguagem estabelece uma relação de influência entre comunicante e interpretante.

As restrições advindas da adesão a este contrato, de certa forma, normatizam o ato de linguagem influenciando nas estratégias discursivas. Isto faz com que a estruturação do ato de linguagem seja composta pelo espaço das restrições e pelo espaço de estratégias, em que repousam as escolhas possíveis na encenação:

Denominamos Contrato de comunicação o ritual sociolinguageiro do qual depende o Implícito codificado e o definimos dizendo que ele é constituído pelo conjunto das restrições que codificam as práticas sociolinguageiras, lembrando que tais restrições resultam das condições de produção e de interpretação (Circunstâncias de Discurso) do ato de linguagem. Assim, as estratégias discursivas mencionadas anteriormente devem ser estudadas em função desse contrato (Charaudeau, 2008, p. 61, grifo do autor).

Essas estratégias discursivas citadas por Charaudeau (2008) são as escolhas do sujeito comunicante na busca pela identificação de TU_i com TU_d, encenando intenções de forma a produzir efeitos de, por exemplo, persuasão e sedução. Por isso, Charaudeau (2008) afirma que todo o ato de linguagem é dependente de um Contrato de Comunicação, pois é ele que engloba e orienta contratos e estratégias discursivas integrantes do *mise-en-scène* do ato de linguagem.

Quadro 1. Dispositivo de análise.

Chart 1. Analysis device.

Objeto de análise	Corpus de pesquisa	Níveis de análise	Categorias de análise
WikiLeaks	Página de web inicial do sítio da organização WikiLeaks	Situacional	Características físicas; características identitárias dos parceiros; características contratuais; finalidade do ato de linguagem
		Discursivo	Enunciativo: Atos locutivos; modalidades enunciativas Argumentativo: dispositivo argumentativo (proposta, proposição e persuasão); procedimentos discursivos de argumentação

Dessa maneira, ao analisar o *corpus* de estudo deste artigo, podemos considerar que se trata de um contrato comunicativo baseado nas restrições e nas possibilidades discursivas das mídias digitais. Isto é, pressupõe que o enunciado será audiovisual em uma relação monológica de não troca, pois esse enunciado está em uma plataforma de divulgação de produções audiovisuais anteriormente gravadas, de que terá alguma relevância para o interpretante, que estará em uma linguagem compreensível, entre outras restrições normativas deste contrato.

Elemento fundamental na definição do contrato de comunicação, as “visadas discursivas” são concebidas como expectativas da troca linguageira (Charaudeau, 2006). As visadas devem sempre ser definidas de acordo com um duplo processo: primeiro, a intenção prática do EUC ao comunicar para o TUI, geralmente encontrada no questionamento proposto por Charaudeau (2006): enunciar para quê? Segundo, pela condição de autoridade de EUC diante de TUI.

Sendo assim, ao analisar a produção audiovisual da WikiLeaks, acreditamos figurar, como visada dominante, a visada de incitação: a WikiLeaks não está na posição de legitimidade para mandar TUI realizar determinada atitude (que acreditamos ser ‘fazer-doar’ ou ‘fazer-colaborar’). Então, o EUC busca, por meio da persuasão/sedução, fazer TUI acreditar que terá benefícios ao realizar a ação proposta. Ou seja, o enunciatário (EUE) desse ato de linguagem busca persuadir o enunciatário (TUD), que ao colaborar com sua causa terá “um mundo melhor”.

Nível discursivo: o local do *mise-en-scène*

O nível discursivo é o lugar das intervenções do sujeito falante, que deve atender a condições como legitimidade, credibilidade e captação. São essas condições que propiciam os atos de discurso que resultarão no texto. A legitimidade é estabelecida externamente ao sujeito falante e representa a posição que o permite tomar a fala. A credibilidade é o julgamento feito por outro em relação ao que é posto, ou seja, sua veracidade e pertinência. Já a captação representa o que Charaudeau (2005) chama de princípio de influência e regulação, a busca pela sedução ou persuasão.

O texto originário dos atos de linguagem referidos vai se configurar pela utilização de certos meios linguísticos: os modos de organização do discurso. Eles são

estabelecidos pelo sujeito comunicante (EUC) diante das restrições situacionais, das possibilidades comunicacionais do dizer e pelo projeto de fala deste sujeito.

Charaudeau (2008) agrupa estas utilizações em quatro modos de organização do discurso: o Enunciativo, o Descritivo, o Narrativo e o Argumentativo. Esse semi-linguista (2008, p. 74, grifos do autor) afirma que cada um dos modos propõe “uma *organização do ‘mundo referencial’*, o que resulta em *lógicas de construção* desses mundos (descritivas, narrativas, argumentativas); e uma *organização de sua ‘encenação’* (descritivas, narrativa, argumentativa)”.

Para análise do *corpus* de pesquisa, nos interessa a compreensão dos modos de organização enunciativo, inerente a todo o discurso, e o modo de organização argumentativo, que, geralmente, é predominante entre os modos de organização, colocando a serviço da comprovação de sua tese os modos narrativo e descritivo.

Modo de organização do discurso enunciativo

O modo enunciativo tem atribuição dupla: segundo Charaudeau (2008), esse modo tem como função essencial a de dar conta da posição do locutor em relação ao interlocutor, a si próprio e ao mundo. Mas, ao mesmo tempo, o modo enunciativo intervém na encenação dos outros modos de organização, o que faz com que Charaudeau (2008) considere que o modo enunciativo comanda os demais. Assim, “*enunciar* se refere ao fenômeno que consiste em organizar as *categorias da língua*, ordenando-as de forma a que deem conta da posição que o sujeito falante ocupa em relação ao *interlocutor*, em relação ao *que ele diz* e em relação ao *que o outro diz*” (Charaudeau, 2008, p. 82, grifo do autor).

Então, é possível afirmar que o modo enunciativo é composto de três funções baseadas na posição do locutor em relação ao interlocutor: alocutivo, elocutivo e delocutivo. O primeiro visa estabelecer uma relação de influência, em que o falante enuncia sua posição em relação ao interlocutor buscando influenciar em sua ação. Dessa maneira, no modo alocutivo o locutor age sobre o interlocutor, estabelecendo uma relação acional, causando uma relação de influência.

No modo elocutivo, o falante enuncia o mundo sem implicar diretamente o interlocutor. Com isso, “visa uma enunciação que tem como efeito *modalizar subjetivamente*

a verdade do propósito enunciado, *revelando* o ponto de vista *interno* do sujeito falante” (Charaudeau, 2008, p.83, grifo do autor).

O delocutivo é uma estratégia enunciativa de retomada de uma fala de um terceiro, visto que o sujeito comunicante busca “se apagar” do seu ato de linguagem e, ao mesmo tempo, não implicar o interlocutor. Isso representa um “‘jogo’ protagonizado pelo sujeito falante, como se fosse possível a ele não ter ponto de vista, como se pudesse desaparecer por completo do ato de enunciação e deixar o discurso falar por si” (Charaudeau, 2008, p. 84).

No material audiovisual analisado neste artigo, o comunicante, por meio da encenação discursiva, enuncia sua opinião sobre o mundo, sem implicar diretamente o interpretante, que nos permite caracterizar como modo enunciativo elocutivo. Com já informado, o sujeito comunicante (EUc) constrói a imagem (EUe⁸) de alguém que por meio de suas atividades busca um ideal, que, no caso, é o citado no próprio título do vídeo: a mudança do mundo. O comunicante constrói a imagem de seu destinatário (TUD) como uma pessoa que concorda com essa mudança do mundo e que, por isso, identifica-se com a causa da organização.

Modo de organização do discurso argumentativo

Considerado por Charaudeau (2008) como o modo mais difícil de ser tratado, o modo de organização argumentativo está sempre em contato “com um saber que tenta levar em conta a experiência humana, através de certas operações do pensamento” (Charaudeau, 2008, p. 201). Essa construção de saberes se dá em uma dupla perspectiva: razão demonstrativa e razão persuasiva, em que a demonstrativa estabelece uma relação de causalidade e a persuasiva busca estabelecer uma prova. Isso implica a ideia que qualquer asserção pode ser argumentativa, desde que esteja compreendida dentro de um dispositivo argumentativo.

Esse dispositivo é caracterizado por Charaudeau (2008) com três quadros: proposta, proposição e persuasão,

“que são suscetíveis de se superpor na configuração discursiva de uma argumentação” (Charaudeau, 2008, p. 221). Assim, proposta representa uma ou mais asserções que falam sobre um fenômeno do mundo, assemelhando-se ao que se costuma chamar de tese. Já a proposição parte do que Charaudeau chama de “quadro de questionamento”, de acordo com a ideia de colocar em funcionamento a proposta. Isso vai depender da posição que o sujeito tomará diante dessa proposta.

A persuasão desenvolve uma das opções do referido quadro de questionamentos, optando entre refutação, justificativa e ponderação. Se o sujeito, em sua proposição, se posicionar contra a proposta, buscará a persuasão como prova de refutação. Já se o sujeito se posicionar a favor, a persuasão atenderá a uma justificativa. Caso não haja tomada de posição, a persuasão atuará como forma de ponderação. Como afirmam Barbisan *et al.* (2010), esse modo de organização do discurso permite “organizar as relações de causalidade que se instauram sobre ações e eventos do mundo, como o auxílio de vários procedimentos que incidem sobre o encadeamento e o valor dos argumentos”.

Desta forma, considerando que o *corpus* analisado encontra-se na razão persuasiva, já que tenta estabelecer provas sobre a proposta do enunciador, identificamos o dispositivo argumentativo da seguinte maneira:

Proposta: não existe preço para as mudanças causadas pela WikiLeaks (“Assistir ao mundo mudando como resultado do seu trabalho: Não tem preço”).

Proposição: essa afirmação é considerada verdade pelo enunciador, então necessita de justificativa.

Persuasão: para justificar sua proposição, o enunciador recorre à encenação descritiva. Conforme Charaudeau (2008), o modo descritivo apresenta uma série de efeitos de encenação discursiva. São eles: efeitos de saber, de realidade e de ficção, confiança e de gênero. Comandada pelo sujeito falante, que se torna o descritor, os efeitos são encenados de acordo com o projeto de fala deste sujeito. Identificamos na encenação persuasiva a utilização do ‘efeito de saber’, buscando o enunciador (EUe) provar a veracidade do que afirma por meio da descrição dos gastos da WikiLeaks:

Vinte linhas seguras para ajudar a manter o anonimato: Cinco mil dólares. Enfrentar processos judiciais em cinco países: Um milhão de Dólares. Manter servidores em mais de 40 países: duzentos mil dólares. Doações

⁸ EU enunciador, sujeito interno ao dizer.

⁹ Tradução nossa. Texto original transcrito da produção audiovisual analisada: “*Watching the world changing as a result of your work: priceless*” (Wikileaks, 2011).

*perdidas com o bloqueio bancário: quinze milhões de dólares. Adicione o custo da prisão domiciliar: quinhentos mil dólares*¹⁰ (Wikileaks, 2011).

Além do “efeito de saber”, identificamos outros dois efeitos discursivos do modo descritivo. São eles: efeito de confiança e efeito de gênero. No primeiro, há uma “intervenção explícita ou implícita do descritor, que é levado a exprimir sua apreciação pessoal” (Charaudeau, 2008, p. 141, grifo do autor). Constatamos esse aparato discursivo na enumeração dos gastos internos desta organização realizada no princípio da produção audiovisual. Enquanto o locutor enuncia os gastos, o vídeo mostra cenas do cotidiano da organização, possibilitando a compreensão de que o que se mostra é a intimidade da Wikileaks.

O segundo efeito discursivo descritivo usado para a persuasão argumentativa é o efeito de gênero, que “resulta do emprego de alguns procedimentos de discurso que são suficientemente repetitivos e característicos de um gênero para tornar-se o signo deste” (Charaudeau, 2008, p. 142). Este tipo de efeito é recorrente em paródias e pastiches. Tal efeito é verificado na utilização da linguagem característica de produções publicitárias. Mais especificamente, das produções publicitárias da empresa MasterCard, uma das empresas que realizaram o bloqueio bancário à organização enunciativa da presente campanha. Isso fica claro também na arte gráfica utilizada para formar a logomarca da organização: um símbolo vermelho e amarelo, muito semelhante à logomarca da MasterCard, “se derrete”, formando o símbolo da Wikileaks.

Considerações finais

Podemos afirmar que o material analisado é rico em estratégias discursivas, evidenciando a busca por persuasão pelo enunciador em seu projeto de fala, o qual foi identificado na finalidade de incitação, ou seja, buscar persuadir o enunciatário que, ao realizar determinada ação, terá benefícios.

Para isso, vê-se que, ao construir seu discurso, o enunciador esforça-se para que haja identificação entre a

imagem criada por ele e o indivíduo psicossocial que acessa o sítio. Ou seja, busca construir uma identidade fortemente baseada nas opiniões da WikiLeaks, em relação ao mundo, que faça com que os indivíduos que ingressarem em seu ato de linguagem, identificando-se com a imagem criada, passem a engajar-se de alguma maneira no projeto de ação proposto por esta organização.

Essa constatação vai ao encontro da percepção de Castells (1999, 2001, 2003) e de Ugarte (2008), que apontam as construções identitárias como fator importante do ciberativismo, já que é uma prática que emerge por meio do ambiente horizontal de comunicação distribuída e em um momento de fragmentação identitária (Hall, 1999). Dessa maneira, buscando responder parcialmente ao questionamento que dá origem ao objetivo deste estudo, acreditamos que as construções discursivas, no caso analisado, são usadas para moldagem de uma identidade a ser reconhecida pelos indivíduos que partilham dos seus valores sociais e, a partir disso, fazer com que se engajem em determinada ação: no caso da página de web analisada, a ação de contribuir financeiramente para manutenção da WikiLeaks. Ou seja, no referido *corpus* de análise observou-se a orientação das estratégias discursivas para a relação entre organização ciberativista e indivíduos usuários da rede, na busca por persuadi-los a tornarem-se apoiadores. Da mesma forma, nota-se na análise realizada a disputa simbólica entre vozes sociais, realizada pela organização ciberativista por meio da construção do seu discurso. Acreditamos residir nesse fato mais um apontamento possível sobre como o discurso é usado de maneira estratégica por ciberativistas. Consideramos esta disputa simbólica a partir da construção de um projeto de influência social pelo enunciador, que visa colocar sua ‘voz social’ em contraposição, no caso desta produção audiovisual, ao bloqueio bancário realizado por determinadas empresas.

Dessa maneira, retomando o objetivo deste estudo, acreditamos que esta produção audiovisual apresentou duas formas nas quais as estratégias discursivas servem a propósitos ciberativistas: a busca pela identificação de interlocutores com a finalidade de fazer-fazer, ou melhor, fazer-colaborar; e a colocação no debate social dos valores de crença desta organização. Consideramos que, no *corpus* analisado, as estratégias discursivas usadas para alcançar tais objetivos foram a enunciação elocutiva e a persuasão

¹⁰ Tradução nossa. Texto original transcrito da produção audiovisual analisada: “*Twenty secure phones to assist maintain the anonymous: Five thousand Dollars. Fighting legal cases in five country’s: Um million Dollars. Upkeep servers in over forty countries: two hundred thousand Dollars. Donations lost due to the banking blockade: fifteen million dollars. Add the cost due to the house arrest: five hundred thousand dollars*” (Wikileaks, 2011).

argumentativa, por meio de recursos descritivos (efeito de saber, confiança e efeito de gênero).

Diante destas assertivas, consideramos que a proposição do conceito de ciberativismo apresentada neste artigo – considerado como o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais por meio da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas – está em conformidade com o que se depreendeu da análise semiolinguística do discurso, que se revelou com uma profícua possibilidade de aplicação teórico-metodológica no campo de estudos da comunicação social, mais especificamente na questão de “entender” sentidos construídos nas interações, não só no plano situacional visível e aparente, mas também no discursivo, ou seja, na *mise en scène* do ato linguageiro.

Referências

- ANTOUN, H.; MALINI, F. 2010. Ontologia da Liberdade na Rede: as multi-mídias e os dilemas da narrativa coletiva dos acontecimentos. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XIX, Rio de Janeiro, 2010. *Anais...* Rio de Janeiro, 1:1-14.
- BARBISAN, L.B.; GOUVÊA, L.H.M.; PAULIUKONIS, M.A.L.; GIERING, M.E.; MONNERAT, R.S.M.; GRAEFF, T.F. 2010. Perspectivas discursivo-enunciativas de abordagem do texto. In: A.C. BENTES; M.Q. LEITE (orgs.), *Linguística de texto e análise da conversação*. São Paulo, Editora Cortez, p. 171-224.
- CASTELLS, M. 1999. *A Sociedade em rede*. São Paulo, Paz e Terra, 617 p.
- CASTELLS, M. 2001. *O Poder da identidade*. 3ª ed., São Paulo, Paz e Terra, 530 p.
- CASTELLS, M. 2003. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 243 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.
- CHARAUDEAU, P. 2006. *Discurso das mídias*. São Paulo, Contexto, 285 p.
- CHARAUDEAU, P. 2008. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo, Contexto, 256 p.
- CHARAUDEAU, P. 2010. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Revista Signos*, 43(suppl.1):77-90.
- DELEUZE, G. 1988. *Foucault*. 1ª ed., São Paulo, Brasiliense, 130 p.
- DELEUZE, G. 1992. *Conversações: 1972-1990*. 1ª ed., São Paulo, Editora 34, 232 p.
- FOUCAULT, M. 2007. *Microfísica do poder*. 24ª ed., Rio de Janeiro, Graal, 295 p.
- HALL, S. 1999. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3ª ed., Rio de Janeiro, DP&A, 102 p.
- HARDT, M. 2000. *A sociedade Mundial de Controle*. In: E. ALLIEZ (org.), *Gilles Deleuze uma vida Filosófica*. 1ª ed., São Paulo, Editora 34, p. 357-372.
- MARZOCHI, S.F. 2009. *Metamodernidade e Política: a ONG Greenpeace*. Campinas, SP. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, 509 p.
- MENDOZA, N. 2011. A tale of two worlds. Apocalypse, 4Chan, WikiLeaks and the silent protocol wars. Disponível em: http://www.radicalphilosophy.com/wp-content/themes/radical-philosophy/download.php?file=../files_mf/rp166_commentary1_ataleoftwoworlds_mendoza.pdf. Acessado em: 17/04/2012.
- SILVEIRA, S.A. 2009. Redes cibernéticas e tecnologias do anonimato: confrontos na sociedade do controle. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XVIII, Belo Horizonte, 2009. *Anais...* Belo Horizonte, 1:1-15
- SILVEIRA, S.A. 2010. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. *Revista USP*, 86:28-39.
- SILVEIRA, S.A. 2011. O fenômeno Wikileaks e as redes de poder. *Contemporanea*, 9(2):06-21.
- TRAQUINA, N. 1999. *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. 2ª ed., Lisboa, Vega, 360 p.
- UGARTE, D. 2008. *O poder das redes*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 116 p.
- WIKILEAKS. 2011. What Does it Cost to Change the World? Disponível em: <http://vimeo.com/25412550>. Acessado em: 25/06/2011.

Submetido: 24/02/2012

Aceito: 05/06/2012