



O DISCURSO ATIVISTA NAS NOVAS MÍDIAS: CASO WIKILEAKS

Willian Fernandes Araújo¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo estabelecer uma reflexão sobre o discurso ciberativista diante das novas mídias. Também se aborda o papel da identidade neste novo contexto de mobilizações. Para isso, analisa-se com qual finalidade a organização ciberativista Wikileaks utiliza-se do discurso no vídeo “What does it cost to change the world?”. Tal análise do discurso faz-se pela Semiolinguística, calcada na obra do linguista francês Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). Por fim, apresentam-se as considerações finais e a bibliografia de base deste artigo. Constatou-se que a organização Wikileaks busca estabelecer uma relação de incitação aos seus interlocutores.

Palavras-chave: Wikileaks; ciberativismo; biopolítica; análise do discurso.

ABSTRACT

This article aims to establish a reflection about the cyberactivism speech on the new media. The role of the identity in this new context of mobilizations is also discussed. Thereunto, we analyze for what purposes the cyberactivist organization Wikileaks uses the discourse on the video “What does it cost to change the world?”. Such discourse analysis is done by Semiolinguistic, based on the work of the french linguist Charaudeau Patrick (2005, 2006, 2008, 2010). In the end, we present the final considerations and basic references of this article. It was found that the Wikileaks organization seeks to establish a relationship of incitation on its interlocutors.

Key-words: Wikileaks, cyberactivism; biopolitics; discourse analysis.

INTRODUÇÃO

A internet é um artefato cultural que permeia as manifestações de nossa sociedade (Amaral, et al., 2011), sejam elas culturais, sociais, ou mesmo políticas. Como bem afirma Manuel Castells (1999), tecnologia é a sociedade. Ou seja, uma sociedade não pode ser compreendida sem suas tecnologias, que, desde as cavernas, têm feito parte das teias de significados (Geertz, 2008) criadas pela humanidade ao longo de sua existência cultural.

Dessa maneira, é de suma importância compreender as dinâmicas de grupos ativistas que têm usado a internet como ambiente de profusão de suas práticas. Ao estudar movimentos ativistas, comprehende-se que são mobilizados essencialmente na busca de mudanças simbólicas na sociedade. Dessa maneira, as construções discursivas destes grupos ganham maior relevância entre suas atividades. Esse panorama se acentua quando abordamos as manifestações ciberativistas, pois diante do ambiente de rede as construções discursivas passam a ser uma ferramenta muito eficaz de mobilização e geração de apoio e colaboração.

¹ Jornalista formado pela UFSM, mestrando em Processos e Manifestações Sociais pela Universidade Feevale. willianfaraajo@gmail.com.



Assim, acredita-se que a abordagem proposta neste estudo pode contribuir com ao crescente debate em torno do ciberativismo. Esta contribuição pode ser mais efetiva ao tratar da dimensão do discurso nas práticas ciberativistas, abordagem pouco realizada na pesquisa brasileira sobre o tema. Este fato foi constatado por Araújo (2011), em levantamento recente sobre o campo de pesquisa do ciberativismo no Brasil.

Dessa forma, ao reconhecer o discurso como prática essencial a grupos ciberativistas, pretende-se estabelecer uma ligação teórica entre o ciberativismo e o jogo comunicativo presente nas construções discursivas, buscando aclarar como se dão as disputas simbólicas por estes grupos no ambiente de rede.

Para melhor compreender tal prática, analisa-se com que visada comunicativa a organização ciberativista WikiLeaks utiliza construções discursivas em suas ações. Para isso, usaremos a análise do discurso de base Semiolinguística, calcada na obra do linguista francês Patrick Charaudeau (2005, 2006, 2008, 2010). Esta 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 disto, 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 através de uma pesquisa descritiva e bibliográfica, valendo-se da abordagem qualitativa para realização da análise do discurso sobre conteúdo do vídeo integrante da campanha “*Banking Blockade*”². Esta campanha foi divulgada na internet pela WikiLeaks contra o bloqueio que sofreu de instituições bancárias. O vídeo “Quanto custa mudar o mundo?”³, com pouco mais de um minuto de duração, foi divulgado em junho de 2011 e publicado no sítio Vimeo (Wikileaks, 2011), ferramenta de mídia social utilizada para veiculação de produções audiovisuais.

Porém, antes da análise de discurso propriamente dita, faz-se reflexão teórica sobre a importância do discurso como ferramenta ciberativismo. Também refletimos sobre a premência da identidade neste novo contexto de mobilizações. Apresentamos alguns

² Acessado em: 25 jun. 2011. Disponível em: <<http://vimeo.com/25412550>>.

³ Nome original é: *What does it cost to change the world?*



conceitos essenciais da teoria semiolinguística, a fim de embasar a análise de discurso que se pretende realizar. Por fim, constam as considerações finais e a bibliografia de base deste artigo.

1. CIBERATIVISMO: ENTRE DISCURSO E IDENTIDADE

O Ciberativismo é uma prática emergente no contexto da cibercultura. Dessa maneira, é importante compreender o que exatamente designa este termo, que em diversos estudos é caracterizado por sinônimos como *web* ativismo, ativismo em rede, netativismo. Sérgio Amadeu da Silveira (2010) define o ciberativismo como o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas em defesa de causas específicas.

Baseado em conceituação de outros autores (ANTOUN; MALINI, 2010; MARZOCHI, 2009; SILVEIRA, 2010; UGARTE, 2008) e em estudos anteriores deste autor, propomos considerarmos ciberativismo como conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e 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.

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 estágio em que conceitua como ‘sociedade em rede’. No entanto, a noção de ‘ativista’ como um indivíduo engajado em uma disputa simbólica é contemplada na obra de Castells (2003), principalmente ao referir- se aos movimentos mais recentes.

Assim, esse autor (2003) considera que a internet, como ambiente midiático distribuído, é indispensável a esses movimentos por três razões: primeiro, os movimentos sociais são mobilizados essencialmente em torno de disputas de significados na sociedade. Assim, é fundamental o uso da internet como espaço de comunicação de valores e mobilização em torno destes significados.

Segundo, os movimentos sociais buscam ocupar o espaço deixado pela crise das organizações verticalmente integradas, como refere Castells (2003), ou, como define Bauman (2001), o derretimento dos sólidos da modernidade. Assim, com a internet, tais movimentos têm a possibilidade de alcançar impacto significativo sem a estrutura, por exemplo, de um



partido político, necessitando apenas do engajamento coletivo através da rede. Por fim, com a ideia de que o poder funciona cada vez mais em redes globais, Castells (2003) considera que os movimentos têm a necessidade de ter alcance global, facilitado pela internet e, com isso, impactar a mídia através de suas ações simbólicas.

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. Este diagnóstico também é apresentado por Stuart Hall (2006), que aponta um processo de enfraquecimento das velhas identidades e o surgimento de novas identidades que fragmentam o antes unificado indivíduo moderno.

A importância de compreender o panorama das identidades no atual estágio social é fundamental para o entendimento da lógica dos movimentos ciberativistas. Conforme lembra Castells (2001), é através das práticas, principalmente das práticas discursivas, que esses movimentos constroem sua autodefinição, ou seja, sua identidade a ser compartilhada pelos diversos nós que compõem a massa conectiva desses movimentos.

Diante disto, Castells (2001) propõe como método de análise destes movimentos a utilização das categorias da tipologia clássica de Alain Touraine, que ainda na década de 1970 as definiu baseada em três fatores principais:

identidade do movimento, o adversário do movimento e a visão ou modelo social do movimento, que aqui denomino como meta societal. Em minha adaptação (que acredito estar coerente com a teoria de Touraine), identidade refere-se à autodefinição do movimento, sobre o que ele é, e em nome de quem se pronuncia. (...) Meta societal refere-se à visão do movimento sobre o tipo de ordem ou organização social que almeja no horizonte histórico da ação coletiva que promove. (Castells, 2001, p. 95).

Essa tipologia utilizada por Castells (2001) propõe uma análise totalmente calcada nas encenações discursivas de tais 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. Todas essas categorias de análise retomadas por Castells (2001) podem ser identificadas através da análise das construções discursivas desses movimentos.



A compreensão da importância do discurso como prática ciberativista é marcada na obra de David de Ugarte (2008). Segundo esse autor (2008), são as construções discursivas que estabelecem os componentes identitários elaborados pelos grupos ativistas diante do ambiente distribuído da internet.

Ou seja, indivíduos dessa rede, ao se identificarem com o sujeito destinatário da enunciação (Charaudeau, 2008), podem engajar-se na causa ciberativista, facilitando “a comunicação entre pares desconhecidos sem que seja necessária a mediação de um ‘centro’, ou seja, assegura o caráter distribuído da rede e, portanto, sua robustez de conjunto” (Ugarte, 2008, p. 57). A dimensão de uma possível ação ciberativista dependeria da quantidade de enunciadores que se identificassem com a identidade criada pelos ativistas através do ato de linguagem escoado pela rede.

Assim, para Ugarte (2008), o discurso faz parte de um tripé de sustentação do ciberativismo baseado no ‘empoderamento individual’ pelo uso da internet. Esta tríade também é formada pelas ferramentas e pela visibilidade. Neste contexto, o que Ugarte (2008) chama de ferramentas se refere à ideia do “faça você mesmo”, da criação de mecanismos para realização das ações ciberativistas. Já a visibilidade é conceituada por Ugarte (2008) como o objetivo de luta permanente destes movimentos.

A partir do entendimento deste tripé de sustentação do ciberativismo, 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”.

O conceito de ciberativismo de Ugarte (2008) é baseado na utilização da rede como forma de legitimação de um discurso em busca de um agendamento das discussões e mudanças propostas pelos movimentos. Dessa maneira, o autor não considera o ciberativismo como uma técnica, mas sim como uma estratégia que persegue a mudança da agência pública (UGARTE, 2008).

No item 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.



2. 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, o ato de linguagem é uma encenação, organizada de acordo com os objetivos de um sujeito comunicante, que dentro de certa situação de comunicação e através de determinados mecanismos de encenação do discurso, organiza a encenação do ato de linguagem. Ou seja, este sujeito comunicante, através de determinadas visadas, organiza e encena suas intenções de forma a produzir efeitos determinados no sujeito interpretante.

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

Este ato de linguagem conceituado por Charaudeau (2008) é composto de quatro sujeitos: sujeito comunicante (E_{Uc}) e sujeito interpretante (T_{Ui}), seres sociais testemunhas reais do ato de enunciação; além do sujeito destinatário (T_{Ud}) e sujeito enunciador (E_{Ue}), seres languageiros, existentes apenas na esfera do discurso. Assim, o sujeito comunicante é o responsável pela organização do ato de linguagem. Charaudeau (2008) o considera uma testemunha do real, realidade esta sempre condicionada pelos saberes do interpretante. Este sujeito interpretante, T_{Ui}, alvo da encenação de E_{Uc}, não caracteriza-se como um receptor passivo. Ao contrário, ele é responsável por construir uma imagem do E_{Uc}, de acordo com as circunstâncias do discurso, buscando apurar as suas intenções. É esse processo de interpretação que dá origem ao E_{Ue}, um sujeito da fala originado pelas intenções de E_{Uc}, constituindo-se como sua máscara discursiva, e pelas interpretações T_{Ui}. O processo de produção de discurso iniciado por E_{Uc} dá origem a outro ser da fala, como E_{Ue}, que é o sujeito destinatário, ou T_{Ud}, receptor idealizado pelo comunicante.

Assim, na produção audiovisual que nos propomos analisar temos como sujeito comunicante (E_{Uc}) a organização Wikileaks. Como interpretante (T_{Ui}) deste vídeo teremos todas as pessoas (destinatários) que receberam através de suas redes sociais esta publicação



ou os que de alguma forma, seja através do sítio da organização, ou através de buscadores, consumiram tal produção audiovisual.

2.1 Contrato de comunicação e as restrições discursivas

Outra noção importante na obra de Patrick Charaudeau (2008) e, consequentemente, 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. Isto implica a ideia de que o ato de linguagem representa uma proposição que um EU, buscando influenciar, faz a um TU aguardando sua adesão.

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, onde repousam as escolhas possíveis na encenação:

Estas estratégias discursivas citadas por Charaudeau (2008) são as escolhas do sujeito comunicante na busca pela identificação de TUi com TUd, 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.

Dessa maneira, ao analisar o *corpus* de estudo deste artigo, podemos considerar que se trata de um contrato comunicativo baseado nas restrições e possibilidades discursivas das mídias digitais. Isto é, pressupõe que o enunciado será audiovisual em uma relação monologal de não troca, pois o 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 comprehensível, entre outras restrições normativas deste contrato. Por outro lado, é pensando neste espaço que o comunicante vai escolher as estratégias de encenação para alcançar a identificação entre interpretante e destinatário.

A noção de contrato está intimamente ligada às formas de análise propostas pela semiolinguística. Conforme Charaudeau (2008), o pesquisador, ao analisar o ato de linguagem, não pode buscar apenas a intenção do sujeito comunicante. Esta percepção nasce da ideia de que enunciados podem ser analisados fora do seu contexto discursivo, de sua



situação de comunicação, tornando impossível qualquer afirmação sobre a totalidade das intenções do comunicante. Dessa forma, o método semiolinguístico propõe que o sujeito analisante seja um coletor dos pontos de vistas interpretativos capazes de serem apontados em determinado enunciado.

Assim, o nível situacional⁴ do ato de linguagem dá conta aos dados externos que constituem as restrições do discurso. Neste espaço se define a finalidade do ato de linguagem, identidade social dos parceiros, a temática do saber a ser transacionado e o dispositivo elaborado pelas restrições materiais de troca. No caso do texto analisado, considera-se que o ato de linguagem tem como finalidade a incitação. Como descreve Charaudeau (2010, p. 82), tal finalidade se constata quando:

‘Eu’ quer ‘mandar fazer’, mas, não estando em posição de autoridade, não pode obrigar o ‘Tu’ a fazer ; ele deve, então ‘fazer acreditar’ (por persuasão ou sedução) ao ‘Tu’ que ele será o beneficiário de seu próprio ato ; ‘Tu’ está, então, em posição de ‘dever acreditar’ que se ele age, é para o seu bem.

Em relação às identidades dos parceiros da troca languageira, só é possível determinarmos a do enunciador, que no caso, é uma organização de mídia independente chamada Wikileaks. O canal de transmissão dá-se através do código semiológico audiovisual. E, por fim, o saber a ser transacionado representa um produto audiovisual chamado “Quanto custa mudar o mundo?” sobre os gastos desta organização para realizar suas atividades.

Em relação ao nível comunicacional, é onde estão determinadas as maneiras da troca languageira, ou seja, o modo como se fala, se escreve, etc. Estas maneiras de falar se dão em função do nível situacional. É neste nível que os papéis languageiros dos sujeitos são reconhecidos, garantindo o direito de fala. No texto a ser analisado, encontra-se uma relação monologal de não troca, em um contrato de não-troca, sem percepção imediata pela não presença dos parceiros.

Por fim, 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

⁴ Charaudeau (2008, p.69) chama atenção para diferença entre situação e contexto. Para o autor, o contexto do ato de linguagem refere-se ao ambiente textual onde uma formulação lingüística habita. Charaudeau (2008) ainda diferencia contexto lingüístico, a vizinhança verbal, de contexto discursivo, como os atos de linguagens já estabelecidos em determinada sociedade.



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 discurso referidos vai se configurar pela utilização de certos meios lingüísticos: os modos de organização do discurso. Eles são estabelecidos pelo sujeito comunicante 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. O autor (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 material discursivo já caracterizado, o *corpus* de pesquisa, nos interessa a compreensão dos modos de organização discursivo no material a ser analisado: enunciativo e descritivo.

2.2 Modo de organização do discurso enunciativo

O modo enunciativo tem atribuição dupla: segundo Charaudeau (2008) este 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 demais, 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 dêem 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).

No material audiovisual a ser analisado neste artigo, o comunicante, através da encenação discursiva, enuncia sua opinião sobre o mundo, sem implicar diretamente interpretante, o que nos permite caracterizar como o modo enunciativo elocutivo. Neste



processo de enunciação, o sujeito comunicante (EUc) constrói a imagem (EUe⁵) de alguém que através de suas atividades busca um ideal, que, no caso, é o citado no próprio título do vídeo: a mudança do mundo.

Nesse processo de enunciação, o sujeito 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. Tal assertiva se comprova no trecho final da produção audiovisual: enquanto visualmente é apresentada a logomarca da organização, ou seja, a representação visual de sua identidade, o locutor diz “Há algumas pessoas que não gostam de mudanças. Para todas as outras, há Wikileaks” (Wikileaks, 2011)⁶. Por isso, é possível afirmar que o sujeito destinatário é o indivíduo que acredita na mudança do mundo proposta pela organização Wikileaks.

2.3 Modo de organização do discurso descritivo

O modo descritivo é o responsável pela enunciação dos seres do mundo, que se verificam pelos consensos sociais, sem a necessidade do estabelecimento de uma relação de causalidade. Este modo é sempre dependente da finalidade das Situações de comunicação. Dessa maneira, no âmbito dos textos, o modo descritivo costuma combinar-se com os modos argumentativo e narrativo.

Ao fazer a análise da produção audiovisual a que se propõe este estudo, identificamos dois efeitos discursivos do modo descritivo. São elas: efeito de confidência e efeito de gênero. No primeiro, há uma “*intervenção explícita ou implícita do descriptor*, que é levado a exprimir sua *apreciação pessoal*” (Charaudeau, 2008, p.141, grifo do autor). Constatamos este 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 presente no material analisado é o efeito de gênero, que “resulta do emprego de alguns procedimentos de discurso que são

⁵ EU enunciador, sujeito interno ao dizer.

⁶ Tradução livre do autor. Texto original: “*There are some people who don't like change. For everyone else, there is WikiLeaks*”



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 enunciadora 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.

CONCLUSÃO

Como descreve Ugarte (2008), o discurso é ferramenta fundamental para as atividades ciberativistas diante das novas formas de comunicação propiciadas pela internet. Neste ambiente de rede, onde um pode enunciar para muitos sem passar pelos meios de comunicação tradicional, o discurso torna-se ferramenta fundamental na busca por engajamento. De outra forma, a própria profusão do discurso depende do quanto os indivíduos desta rede vão se identificar com o destinatário da enunciação ciberativista, pois, no ambiente das redes sociais, o alcance da divulgação de um conteúdo depende do compartilhamento que os nós dessa rede farão.

Assim, ao analisar o vídeo “Quanto custa mudar o mundo?”⁷ fica claro que a encenação discursiva tem como finalidade a incitação. Ou seja, através da disseminação da produção audiovisual pelos perfis em mídias sociais, fazer com que os interlocutores identificados com o destinatário acreditem que terão benefícios ao fazer o que o enunciador propõe. Neste caso, a proposição fica explícita ao final do vídeo onde o locutor informa “para saber mais sobre o bloqueio financeiro à WikiLeaks e como fazer doações, por favor visite: www.wikileaks.org/support.html”⁸ (Wikileaks, 2011).

Então, através da disseminação desta produção audiovisual a organização WikiLeaks busca estabelecer uma relação de fazer-crer no seu posicionamento quanto ao bloqueio bancário e, ao mesmo tempo, uma relação de fazer-fazer ao buscar doações financeiras.

⁷ Nome original é: *What does it cost to change the world?*

⁸ Tradução livre do autor. Texto original: *To find out more about WikiLeaks financial blockade, and how to donate, please visit: www.wikileaks.org/support.html*



É importante salientar que os dados resultantes da análise de discurso dizem respeito a um *corpus* restrito, inviabilizando generalizações. Entretanto, é interessante reafirmar a importância de aprofundar os estudos das formas de sociabilidade que dão profusão ao discurso de movimentos ciberativistas.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, A. R. et al.. 2011. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 239 p.
- 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, RJ. 1:1-14.
- ARAUJO, W. F. 2011. **Ciberativismo**: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. In: Simpósio Nacional da ABCiber, V, Florianópolis, 2011. Anais... Florianópolis, SC. 1:1-14.
- BARBISAN, L. B. et al. 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, 171-224.
- BAUMAN, Z. 2001. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 258 p.
- CASTELLS, M. 1999. **A Sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 617 p.
- CASTELLS, M. 2001. **O Poder da identidade**. 3^a 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. **Conversações**: 1972-1990. 1^a ed., São Paulo, Editora 34, 1992.
- GEERTZ, C. 2008. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro, LTC, 213 p.
- HALL, S. 1999. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3^a ed, Rio de Janeiro, DP&A, 102 p.
- MARZOCHI, S. F. 2009. **Metamodernidade e Política**: a ONG Greenpeace. Campinas, SP. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, 509p.
- 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, MG, 1:1-15



30, 31 mai e 01 jun / 2012- Santa Maria / RS

UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

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. v. 9(2):06-21.

UGARTE, D. 2008. **O poder das redes.** Porto Alegre, EDIPUCRS, 116p.

WIKILEAKS. **What Does it Cost to Change the World?.** Acessado em: 25 jun. 2011, disponível em: <http://vimeo.com/25412550>.