

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE LETRAS



**Emergência Climática:
o ciberativismo sob uma abordagem discursiva compósita**

Camila Belizário Ribeiro

Orientadores: Professora Doutora Maria Clotilde de Valle-Flor Telles de Freitas Almeida

Professor Doutor Carlos Alberto Marques Gouveia

Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de Doutora em Linguística,
especialidade em Análise do Discurso.

2025

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE LETRAS



**Emergência Climática:
o ciberativismo sob uma abordagem discursiva compósita**

Camila Belizário Ribeiro

Orientadores: Professora Doutora Maria Clotilde de Valle-Flor Telles de Freitas Almeida

Professor Doutor Carlos Alberto Marques Gouveia

Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de Doutora em Linguística,
especialidade em Análise do Discurso.

Júri:

Presidente: Doutora Anabela Proença Leitão Martins Gonçalves, Professora Catedrática e
Diretora da Área de Ciências da Linguagem da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Vogais:

- Doutora Maria Dolores Porto Requejo, Professora Titular da Faculdade de Filosofia e Letras da Universidade de Alcalá de Henares (1ª Arguente)
- Doutor Zoltán György Kövecses, Professor Emeritus da Universidade de Eötvös Loránd (2ª Arguente)
- Doutora Eva Lucía Jiménez Navarro, Professora Associada da Universidad de Córdoba (Vogal)
- Doutora Marta Susana Filipe Alexandre, Professora Adjunta da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria (Vogal)
- Doutora Maria Clotilde de Valle-Flor Telles de Freitas Almeida, Professora Auxiliar Aposentada da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (Orientadora)

AGRADECIMENTOS

À memória do meu pai, o Seu Clério, que nos deixou poucos dias antes da data-limite para a inscrição neste Doutorado. Sem oportunidades de estudo formal, seu trabalho árduo e incentivo me permitiram transformar minha realidade através da Educação.

À minha mãe, Lúcia Helena, por seu suporte e força, incondicionais e inesgotáveis.

À minha sobrinha, Sofia. Seu carinho, alegria e espontaneidade de criança são a minha maior força e minha maior saudade.

Aos meus amigos Alexandro e Romário, doutores pela Universidade Nova de Lisboa, pelas sugestões, apoio, discussões e empatia.

Às minhas amigas Pâmela, Tereza, Fernanda “Fefa”, Carol, Thaís e Suelen. Embora nossas trajetórias tenham tomado caminhos diferentes, nossas histórias aqui começaram juntas. Tudo pelo que passamos, tanto os momentos bons quanto os difíceis, nos conduziram para o que somos hoje e deixarão lembranças para toda a vida.

Aos meus amigos do Instituto Federal do Espírito Santo, que sempre me apoiaram e àqueles que contribuíram com discussões enriquecedoras para a finalização deste trabalho: Helton, Cleusa Maria, Carlos Eduardo, Antônio Carlos, Leonardo Bis, Ana Raquel, e tantos professores que me inspiram.

À minha psicóloga, Dra. Rosângela, que tem me apoiado desde o início desta jornada como estudante imigrante, diante da pressão das responsabilidades acadêmicas e dos conflitos pessoais que ficam mais latentes com a distância de nossa rede de apoio.

À Carmem, cujas circunstâncias da vida nos uniram; por cuidar da minha casa e dos meus “filhotes”. Por sua humanidade e mão amiga. Sua ajuda foi fundamental para minha permanência em Lisboa e conclusão deste trabalho.

Ao Prof. Dr. Zoltán Kövecses, que tive o prazer de conhecer pessoalmente na Conferência *Culture and Cognition in Language: CCL 3*, em Rzeszów, Polônia. Por seu gentil e valioso feedback sobre o percurso deste trabalho.

Às Profas. Dras. Dolores Porto, Manuela Romano e Maria Isabel Alonso, que também tive o privilégio de conhecer no *20th AILA World Congress*, ocorrido online. Por terem gentilmente concedido feedbacks quanto ao nosso estudo de polarização discursiva, assim como pelas sugestões de leitura para enriquecimento de nosso referencial teórico.

Ao Prof. Dr. Carlos A. M. Gouveia, pela avaliação metódica da primeira versão deste trabalho na prova de qualificação e suas valiosas críticas, e por gentilmente ter aceitado co-orientar esta tese, apresentando contribuições teórico-metodológicas fundamentais. Seu expertise em Análise Crítica do Discurso e Análise Positiva do Discurso nos propiciou um novo olhar sobre esta pesquisa, ampliando nossas perspectivas teóricas e analíticas e abrindo caminhos para os temas transdisciplinares aqui propostos.

Finalmente, o agradecimento para além de especial à minha orientadora, Profa. Dra. Maria Clotilde Almeida, que me orientou no Mestrado em Linguística e agora no Doutorado. Por sua orientação humanizada e empática, além de professora também amiga, parceira em trabalhos e congressos, cujo apoio técnico tem sido minha maior âncora para o prosseguimento neste curso. Pela confiança depositada em meu trabalho e pelo incentivo ao meu crescimento acadêmico, através de publicações e participações em congressos de grande relevância em nossa área de estudo.

A todos que cruzaram meu caminho nestes 04 anos, que direta ou indiretamente contribuíram para esta trajetória, meu “Muito Obrigada!”

LISTA DE ABREVIATURAS

ACD – Análise Crítica do Discurso

APD – Análise Positiva do Discurso

AD – Análise do Discurso

EC – Emergência Climática

ECD – Estudos Críticos do Discurso

EF – Elemento de Frame

GT – Greta Thunberg

LC – Linguística Cognitiva

MAPA – *Most Affected Peoples and Areas* (Países e Povos mais afetados)

MC – Metáfora Conceitual

UL – Unidade Lexical

LISTA DE FIGURAS

Fig. 1 – Discursos sobre energias através de diferentes gêneros

Fig. 2 – Expressão de Greta Thunberg no discurso do *UN Summit*, ao proferir o enunciado “How dare you?!”

Fig. 3 – Foto de Greta Thunberg divulgando a expressão *Uproot the System*, pelo modo imagético (cartaz)

Fig. 4 – Post de ativismo sobre o processo de *greenwashing*

Fig. 5 – Exemplo de prática de *greenwashing*

Fig. 6 – Foto retirada do movimento Fridays for Future Brasil, na cidade de Mossoró, no estado do Rio Grande do Norte. Instagram, set./2021

Fig. 7 – Marcha pelo clima, COP26, Glasgow/Reino Unido. Página Oficial da ativista GT. Instagram, nov./2021

Fig. 8 – O que significa *uprootthesystem?* Fridays for Future. Instagram, set./2021

Fig. 9 – Entenda a conexão entre as enchentes e deslizamentos de terra no Brasil e a crise climática e social. Fridays for Future. Instagram, fev./2021

Fig. 10 – *#descolonizeosistema*: Greve Global pelo Clima, Rio de Janeiro/Brasil

Fig. 11 – Não existe planeta B

Fig. 12 – *#peoplenotprofit* – sistemas de opressão como amplificadores dos efeitos das mudanças climáticas

Fig. 13 – *#peoplenotprofit* – críticas quanto à primazia do lucro sobre a vida humana

Fig. 14 – Emergência Climática: interseccionalidade com outros discursos

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxonomia de Searle (1979) & Lima (2006) para os atos ilocucionários

Tabela 2 – Número total de hashtags por ordem alfabética e quantidade decrescente

Tabela 3 – Classificação das hashtags por quantidade decrescente e Atos de Fala

Tabela 4 – Número de frames relacionados aos domínios semânticos identificados nas hashtags

Tabela 5 – Frames mais comuns – repetidos de 4 a 5 vezes por domínio semântico

Tabela 6 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo

Tabela 7 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Fatos científicos

Tabela 8 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Ativismo político da juventude

Tabela 9 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Confronto político

Tabela 10 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Negacionismo

Tabela 11 – Total de hashtags por domínio semântico

Tabela 12 – Sentido literal do verbo *uproot*

Tabela 13 – Sentido literal do verbo *arrancar* «pelas raízes» (traduzido e adaptado)

Tabela 14 – Mapeamento da UL e do frame *sistema*

Tabela 15 – Sentido literal do verbo *descolonizar* (adaptado)

Tabela 16 – Sentido literal do verbo *wash*

Tabela 17 – Sentido literal do verbo *lavar* (traduzido e adaptado)

Tabela 18 – Sentido literal do substantivo *lavagem* (adaptado)

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Uso da colocação *Climate Emergency* no *Oxford Corpus*

Gráfico 2 – Classificação numérica total das hashtags conforme a Taxonomia de Searle (1979) & Lima (2006)

Gráfico 3 – Número total de frames por domínio semântico

Gráfico 4 – Número total de frames por domínio semântico a partir dos frames mais repetidos – de 4 a 5 ocorrências

ÍNDICE

Resumo.....	13
Abstract	15
Introdução	17

PARTE 1 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Capítulo 1 – Problemática e contextualização dos discursos de ciberativismo climático sob uma análise compósita	33
1.1 A problemática da Emergência Climática sob o viés dos Estudos Críticos do Discurso: apontamentos teórico-metodológicos	33
1.2 Objetivos e questões de investigação	41
1.2.1 Objetivos gerais	42
1.2.2 Objetivos específicos	43
1.2.3 Questões de investigação	43
Capítulo 2 – Teorias Críticas do Discurso: interfaces	47
2.1 Análise Crítica do Discurso, Análise Positiva do Discurso e Linguística Cognitiva: relações possíveis em contextos discursivos de Emergência Climática	47
2.2 O contexto em Análise Crítica do Discurso e Linguística Cognitiva.....	58
Capítulo 3 – Linguística Cognitiva: processos de enquadramentos discursivos sobre a crise do clima.....	63
3.1 Semântica de Frames:	63
3.1.1 O processo de <i>framing</i> da expressão Emergência Climática.....	74
3.1.2 O Projeto FrameNet e a Emergência Climática como novo frame...	85
3.2 A metáfora e a metáfora conceitual: possíveis diálogos com a Emergência Climática	87

Capítulo 4 – O ciberativismo e a Pragmática Linguística.....	99
4.1 O discurso (digital) em torno da crise climática	99
4.2 O ciberativismo entre o público jovem e a Teoria dos Atos de Fala: enunciar é agir!.....	106
4.3 O ato de <i>tagging</i> e a polarização discursiva como ferramentas de ativismo climático e sociopolítico	115

Capítulo 5 - Metodologia	129
5.1 Proposta metodológica: fundamentação teórica	129
5.2 A escolha dos <i>corpora</i> e o percurso metodológico	136

PARTE 2 – ANÁLISE DOS DADOS: INTERRELAÇÕES ENTRE AS ABORDAGENS QUANTITATIVA E QUALITATIVA

Capítulo 6 – O ato de <i>tagging</i> no ciberativismo: a classificação de hashtags pela Teoria dos Atos de Fala	143
6.1 Panorama geral de hashtags comuns no ativismo climático em páginas do movimento Fridays for Future e da ativista Greta Thunberg	143
6.2 A Teoria dos Atos de Fala: classificação e discussão das hashtags.....	148

Capítulo 7 – Frames e hashtags: possíveis relações com domínios semânticos	155
7.1 A classificação dos frames por domínios semânticos	155
7.2 A classificação das hashtags por domínios semânticos.....	165

Capítulo 8 – Os discursos da ativista Greta Thunberg: ativismo da juventude, polarização e interseccionalidade	171
8.1 O discurso do <i>United Nations Summit</i> (2019).....	171
8.2 Os discursos da <i>COP25</i> (2019) e <i>COP28</i> (2023)	179

Capítulo 9 – As hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*): frames relacionados e o mapeamento de metáforas conceituais189

9.1 *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*): frames e metáforas conceituais189

9.2 *#greenwashing* (*#lavagemverde*): frames e metáforas conceituais196

Capítulo 10 – O ativismo em posts do Instagram sob o viés da análise compósita: a interseccionalidade da crise climática215

10.1 A hashtag *#uprootthesystem* e suas interseccionalidades.....215

10.2 As hashtags *#theresnoplanetB* e *#peoplenotprofit*: metáforas conceituais de conscientização e enfrentamento à Emergência Climática.....222

Considerações Finais233

Referências Bibliográficas.....257

Referências Webgráficas.....266

Anexos

Anexo I – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg no *United Nations Summit* (2019), Nova York1

Anexo II – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg na *COP25* (2019), Madrid4

Anexo III – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg na *COP28* (2023), Dubai12

RESUMO

A eminente crise climática tem desencadeado inúmeros debates entre comunidades científicas de diversas áreas do conhecimento, assim como entre a população leiga, em nível global. Nesse contexto, estratégias retóricas e discursivas têm desempenhado um papel crucial na forma como o aquecimento global vem sendo percebido pelas novas gerações, pressionando decisores políticos e econômicos a implementarem medidas urgentes pela redução das emissões de poluentes e mitigação das causas da rápida degradação ambiental. Desta forma, este trabalho pretende contribuir com o debate acerca da Emergência Climática, em regime de ciberativismo, sob o enfoque teórico-metodológico de abordagens adjacentes aos Estudos Críticos do Discurso, como a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso e a Linguística Cognitiva, com destaque para a Semântica de Frames, bem como dimensões da Pragmática Linguística, visando a sua ampla caracterização discursiva compósita. Também caracterizamos a Emergência Climática mediante alguns aspectos da polarização discursiva e permeada de interseccionalidade, conjugando enfoques sociopolíticos, econômicos e ideológicos. Para tal, propomos uma primeira etapa quantitativa, com a coleta de hashtags no Instagram relativas ao movimento *Fridays for Future*, cuja principal representante é a ativista Greta Thunberg. Em seguida, mostramos a relação das hashtags com alguns dos principais frames ligados à questão, recolhidos das plataformas *FrameNet Brasil* e *FrameNet* da Universidade da Califórnia, Berkeley. Em seguida, classificamos os frames e as hashtags de acordo com 05 domínios semânticos encontrados neste tipo de ativismo. Partindo destes *corpora* quantitativos, sob o viés da Teoria dos Atos de Fala e sua relação com a Linguística Cognitiva, entendemos que a classificação das hashtags como atos ilocutórios pode contribuir para o direcionamento desse tipo de discurso. Em nossa segunda etapa, qualitativa, analisamos excertos de 03 discursos da supracitada ativista, examinando algumas estratégias linguísticas para criar uma retórica de polarização discursiva. Em seguida, mapeamos as hashtags *#uprootthesystem* e *#greenwashing*, adaptadas para o

português como *#descolonizeosistema* e *#lavagemverde*, com o intuito de identificar metáforas conceituais que emergem dessas novas narrativas sobre a crise climática. Por fim, coletamos um *corpus* de posts retirados das páginas do Instagram *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* e da página de *Greta Thunberg*, abordando a interseccionalidade da crise climática em diálogo com os enfoques teóricos-metodológicos adotados nesta tese. Em suma, nossa análise compósita objetivou identificar novos enquadramentos do ativismo juvenil pelo clima, e como representações metafóricas podem contribuir para a conscientização dos sujeitos para um novo olhar sobre o sistema capitalista, destacando a necessidade urgente de políticas socioeconômicas em prol da justiça climática e ações por um planeta mais democrático e sustentável.

Palavras-chave: Emergência Climática; Ciberativismo da Juventude; Discurso Crítico; Frames; Metáforas Conceituais.

ABSTRACT

The imminent climate crisis has triggered countless debates among scientific communities from different areas of knowledge, as well as the lay population, at a global level. In this context, rhetorical and discursive strategies have played a crucial role in the way global warming has been perceived by new generations, pressuring political and economic decision-makers to implement urgent measures to reduce pollutant emissions and mitigate the causes of the fast environmental degradation. Thus, this work intends to contribute to the debate about the Climate Emergency, in a cyberactivism regime, under the theoretical-methodological focus of approaches adjacent to Critical Discourse Studies, such as Critical Discourse Analysis, Positive Discourse Analysis and Cognitive Linguistics, with an emphasis on Frame Semantics, as well as dimensions of Linguistic Pragmatics, aiming at a broad composite discursive characterization. We also discuss the Climate Emergency through some discursive polarization aspects, permeated by intersectionality, combining sociopolitical, economic and ideological approaches. To this end, we propose a first quantitative stage, with the collection of hashtags on Instagram related to the Fridays for Future movement, whose main representative is the activist Greta Thunberg. Next, we show the relation of our hashtags *corpus* with some of the main frames linked to the issue, collected from the platforms *FrameNet Brasil* and *FrameNet* (University of California, Berkeley). Next, we classify the frames and hashtags according to 05 semantic domains found in this type of activism. Based on these quantitative *corpora*, under the perspective of the Speech Acts Theory and its dialogue with Cognitive Linguistics, we understand that the classification of hashtags as illocutionary acts can contribute to the direction of this type of discourse. In our second stage, qualitative, we analyzed excerpts from 03 speeches by the aforementioned activist, examining some linguistic strategies to create a discursive polarization rhetoric. We then mapped the hashtags *#uprootthesystem* and *#greenwashing*, adapted to Portuguese as *#descolonizeosistema* and *#lavagemverde*, with the purpose of identifying conceptual metaphors that emerge from these new narratives about the climate

crisis. Finally, we collected a *corpus* of posts taken from the Instagram pages *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* and *Greta Thunberg's official page*, addressing the intersectionality of the climate crisis in dialogue with the theoretical-methodological approaches adopted in this thesis. In short, our composite analysis aimed at identifying new frameworks for youth climate activism, and how metaphorical representations can contribute to raising awareness for a new perspective of the capitalist system, highlighting the urgency of socioeconomic policies for climate justice and actions for a more democratic and sustainable planet.

Keywords: Climate Emergency; Youth Cyberactivism; Critical Discourse; Frames; Conceptual Metaphors.

Introdução

We are in trouble just now because we don't have a good story. We are between stories. The old story, the account of how the world came to be and how we fit into it, is no longer effective. Yet we have not learned the new story (Thomas Berry, 1988, p. 123).

Sabe-se que as alterações climáticas têm desencadeado inúmeros debates nas esferas públicas e políticas que vão além das comunidades científicas, o que tem despertado maior interesse e conscientização do público leigo. Desta forma, a popularização dos discursos em torno do aquecimento global tem contribuído para maior sofisticação e diversidade das estratégias retóricas e discursivas, considerando que este tema é bastante complexo e abstrato, em suas diferentes implicações: tecnológicas, econômicas, éticas, políticas, ideológicas e científicas. Por esta razão, diversos pesquisadores postulam que os discursos têm ultrapassado o propósito de conscientização para além de sensibilizar o público da relevância dos fatos cientificamente inegáveis; as intervenções do ativismo jovem têm também instigado diversas esferas do poder público, assim como a população em geral, para ações urgentes contra o aquecimento global.

De acordo com Negrea-Busuioc (2017), o tema é complexo e abstrato até mesmo entre a comunidade científica; portanto, estudar os processos discursivos em torno das alterações climáticas pode ser um grande desafio, tendo em vista que o próprio conceito precisa ser ainda assimilado e gerenciado. Neste contexto, a linguagem figurativa, a exemplo das metáforas, desempenha um fator crucial ao contribuir para tornar o conceito mais familiar, tangível, para que os atores sociais possam relacioná-lo ao seu cotidiano e desenvolver ferramentas que lhes permitam percebê-lo, em suas nuances e consequências. Os mapeamentos metafóricos têm contribuído para novos parâmetros de conceitualização da crise climática nos diversos meios de comunicação de massa, neste caso, no discurso digital de ativismo.

Lakoff (2010) utiliza o termo “hipocognição” ao se referir à falta de ideias ao lidarmos com questões complexas, atreladas ao meio ambiente. Para o

autor, o próprio conceito de “meio ambiente” não se relaciona apenas ao que entendemos como “meio ambiente”, mas está também intimamente atrelado a outras áreas, tais como economia, energia, alimentação, saúde, comércio e segurança. Nestas áreas, que perpassam o discurso ambiental, “nossos cidadãos, bem como os nossos líderes, decisores políticos e jornalistas, simplesmente carecem de enquadramentos que captem a realidade da situação” (*ibid.*, p. 76, tradução nossa). Por esta razão, o autor defende que é necessário maior debate e enquadramento, ou *framing*, ou seja, é preciso que estudiosos e formadores de opiniões (re)construam frames que facilitem a comunicação das questões ambientais.

Para tanto, destacamos as ideologias políticas como parte fundamental do processo de construção de frames em torno da problemática das alterações climáticas. Uma vez que as ideologias políticas são moldadas e caracterizadas por um sistema de frames, ou enquadres, é este sistema que irá reforçar determinados valores e crenças no sistema cognitivo dos atores envolvidos nos processos de interação verbal, reforçando os circuitos neuronais que ativam determinado sistema ideológico. Uma vez que padrões de linguagem e/ou frames são constantemente repetidos, tendem a se tornar parte de nosso sistema cognitivo, ativando inconscientemente os valores permeados em determinada ideologia (Lakoff, 2010).

No que diz respeito às ciências que tratam do estudo da língua e da linguagem humana, pode-se afirmar que, no âmbito do paradigma cognitivo, existe uma relação de dependência mútua entre discurso e conhecimento; o estudo integrado e multidisciplinar desta interface abarca um campo bastante fértil de pesquisa, tendo em vista que é pelo discurso que se produz conhecimento. Todavia, o que temos como textos não passam de representações fragmentadas dos fenômenos de interação humana. Por esta razão, reforçamos a estreita aproximação da Análise do Discurso (AD), da Análise Crítica do Discurso (ACD) e da Análise Positiva do Discurso (APD), com as relações sociocognitivas e pragmáticas e, por conseguinte, com a produção de conhecimento. Em suma, as trocas discursivas individuais se

projetam no social, e a cognição se regula pela ação da comunicação linguística contextualizada e intersubjetiva.

Assim, atreladas às noções de frames e metáforas, para este trabalho, partimos de algumas premissas básicas que envolvem os debates em torno da AD, ACD e APD, a saber: discurso é um sistema de opções, pelo que não é neutro; todo discurso é veiculado pela linguagem; os textos, enquanto materialização dos discursos, trazem consigo informações socioculturais e ideológicas; a partir dos discursos cotidianos e processos de interação linguística é possível perceber nossa relação com o mundo, num eterno processo dialógico que molda nossas percepções sobre ele, ao mesmo tempo em que as modifica.

No que diz respeito às teorias sobre metáforas e frames, Stibbe (2015) aponta dois caminhos: o estudo da metáfora desde os gregos, com Aristóteles, e o frame, enquanto conceito recente, surgido na década de 1970. Todavia, ambos se sobrepõem e são frequentemente usados de forma intercambiável.

Nesse sentido, a conexão entre discurso e cognição pode contribuir de maneira significativa para a compreensão dos processos cognitivos atrelados a aspectos socioculturais, uma vez que o discurso do grupo reflete-se no discurso do indivíduo. Conforme Lakoff & Johnson (1980), nosso sistema de valores individuais é coerente com as metáforas difundidas através das culturas de massa. Ademais, nos contextos socioculturais compartilhados pelos sujeitos historicamente situados, a própria ideia de Emergência Climática, doravante EC, já é metafórica por natureza e abarca inúmeros processos de construção e disseminação de (novos) frames em diversas mídias; daí a importância de atrelarmos os dois conceitos, pois um é constituído em concomitância com o outro, num constante transcurso dialógico.

Por conseguinte, tendo em vista a constatação da iminência de uma crise climática e o avanço severo de suas consequências em nível mundial, é fundamental que tratemos dessa problemática não somente pelos paradigmas das ciências exatas ou naturais, mas também das ciências humanas, uma vez os processos discursivos, como parte inerente das ações humanas, refletem-se em nível sociocultural e ideológico.

Portanto, com a legitimação científica da emergência nas ações de redução dos impactos ambientais, buscamos contribuir para o estudo do discurso em redes sociais, mais especificamente através do estudo de hashtags, frames e metáforas conceituais no Instagram, apoiados na intertextualidade desses *corpora* com três discursos proferidos pela jovem Greta Thunberg, assim como em posts¹ divulgados nas páginas do movimento *Fridays for Future*, instaurado pela ativista.

Embora não sejam o foco deste trabalho, ressaltamos também a importância da interdiscursividade e da intertextualidade presentes nos *corpora*. Se tratando de hashtags, frames, discursos e posts comuns ao ativismo contra as mudanças climáticas, questões de autoria e textos transdisciplinares estão naturalmente presentes, demonstrando o caráter dialógico dos atos discursivos.

Sob este prisma, nossa tese foi organizada em duas partes, cada uma com cinco capítulos. Na parte I nos voltamos ao enquadramento teórico-metodológico, com vistas a esclarecer os pressupostos teóricos que nos embasaram, assim como apontar o passo a passo adotado na futura análise de dados. Na parte II, voltamo-nos à análise dos dados, buscando dialogar com as abordagens quantitativa e qualitativa; portanto, optamos por denominar este estudo como *compósito*, por suas diferentes abordagens teóricas e metodológicas, porém, complementares.

Iniciando a parte I, no Capítulo 1, buscamos contextualizar a problemática da EC sob um viés teórico, suscitando nossa justificativa, objetivos, perguntas de investigação e indagações a serem discutidas no decorrer deste trabalho. Visamos explorar a interseção entre discurso e ciberativismo climático, com foco na rede social Instagram, utilizando um arcabouço teórico derivado dos Estudos Críticos do Discurso, com destaque

1 Adotamos a terminologia original em inglês *post* em detrimento de *publicação* ou *postagem*, pelo seu uso mais comum na linguagem cotidiana dos falantes brasileiros de língua portuguesa. Assim como outros termos em inglês, como *hashtag*, a palavra *post* pode ser entendida como um empréstimo, sendo adotada ora como substantivo (no caso de nosso trabalho), ora como verbo (por exemplo, *Maria postou uma foto de seu aniversário*, ou *Os alunos postaram a tarefa no Moodle*, entre outros), em contextos linguísticos relativos a discursos e práticas digitais.

para a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso, a Linguística Cognitiva, a Pragmática e a Ecolinguística.

A problemática que orienta este estudo fundamenta-se na compreensão de que os discursos individuais não são neutros: ao contrário, refletem e moldam discursos coletivos que influenciam a percepção pública sobre a crise climática. Buscamos, portanto, entender como o ciberativismo, por meio de hashtags e posts, contribui para a conscientização e a ação em torno da Emergência Climática. Para isso, são analisados aspectos como os frames cognitivos, as metáforas conceituais e os atos de fala que permeiam os discursos, investigando como esses elementos atuam no processo de construção de significados e mobilização social.

Além disso, defendemos uma abordagem transdisciplinar que se vale da heterogeneidade discursiva para conectar as áreas da Linguística e Ciências Sociais, buscando investigar como os discursos digitais podem promover narrativas de justiça climática. A pesquisa examina ainda como tais narrativas contribuem para a formulação de ações de mitigação dos impactos gerados pelo aquecimento global, o engajamento das comunidades mais afetadas e a crítica a paradigmas socioeconômicos ecologicamente insustentáveis.

Por meio dessa análise, discutimos a emergência de novas metáforas conceituais e frames cognitivos que moldam as narrativas sobre a crise climática, sustentando a necessidade de um olhar crítico e multidisciplinar sobre o impacto do ciberativismo na formação da opinião pública e nas políticas ambientais.

No Capítulo 2, exploramos a integração de três abordagens analíticas – Análise Crítica do Discurso (ACD), Análise Positiva do Discurso (APD) e Linguística Cognitiva (LC) – para compreender as nuances interdiscursivas e dialógicas presentes no ativismo climático nas redes sociais. O discurso, nesse contexto, é apresentado como um elemento central na construção e disseminação de ideologias e relações de poder, moldando processos cognitivos e sociais que influenciam a opinião pública e orientam ações individuais.

Destacamos também o enfoque na Ecolinguística, uma vez que este viés teórico promove discursos emancipatórios e benéficos, rompendo com narrativas catastróficas e encorajando práticas sustentáveis. Dessa forma, a combinação entre a ACD, a APD e a LC, com o apoio da Ecolinguística, não apenas permite a crítica a estruturas de poder, mas também fomenta alternativas discursivas positivas para enfrentar os desafios climáticos, salientando a importância da ação coletiva e da ressignificação de ideologias por meio da linguagem.

No Capítulo 3 abordaremos mais especificamente a importância da Linguística Cognitiva no entendimento dos processos de enquadramento e mapeamento de frames e metáforas conceituais em torno do discurso da Emergência Climática (EC). A partir da Semântica de Frames, discutiremos como representações mentais estruturadas influenciam a compreensão de realidades culturais e situacionais, moldando percepções e categorizando frames ou modelos mentais.

Sobre a relação entre os conceitos de frames e metáforas, na senda de van Dijk (2016), defendemos que “[m]etáforas são meios poderosos para tornar modelos mentais abstratos mais concretos” (*ibid.*, p. 28). Ou seja, em muitos momentos tais noções se complementam e se amparam, quando um determinado domínio semântico é codependente do outro, para uma interpretação mais fidedigna de um ato de enunciação.

Nesse contexto, o conceito de *framing* ou enquadre é aplicado à expressão Emergência Climática, com o suporte das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet da Universidade de Berkeley, Califórnia. Além disso, exploraremos alguns frames oriundos da obra *Ecolinguistics* (Stibbe, 2015), apontando suas interações com a Linguística Cognitiva. Também abordaremos o papel das metáforas conceituais na construção do discurso climático, destacando como frames e metáforas não apenas refletem realidades, mas também (re)orientam nossas percepções e ações, sendo essenciais para a Análise Crítica do Discurso e para a análise de novas representações da crise climática.

O Capítulo 4 abordará como novas formas de comunicação e avanços tecnológicos influenciam a percepção individual e coletiva de uma determinada problemática social, as práticas culturais e as dinâmicas de poder; neste caso, a questão em foco é a emergência climática. Assim, pretende-se discutir a complexidade das interações entre sujeitos e o discurso digital, além de como essas dinâmicas moldam novas formas de ativismo e engajamento político.

Destacaremos o papel central da internet e das redes sociais na vida contemporânea, e como estas redes – no caso de nosso estudo, o Instagram – influenciam a percepção de realidade, as formas de interação social e as práticas de pertencimento. Sabemos que essas plataformas transformam as relações sociais e desafiam os estudiosos a reconsiderarem a natureza da comunicação, cada vez mais dinâmica e marcada pela hibridização entre o real e o virtual. Em particular, o ciberativismo surge como um exemplo de mobilização política e expressão identitária, especialmente entre os jovens.

Ademais, visamos explorar neste capítulo a crescente politização dos discursos sobre as alterações climáticas nos meios digitais, ressaltando o papel das redes sociais na disseminação e legitimação desses discursos por meio de práticas como o uso de hashtags, o que contribui imensamente para a viralização de temas interseccionais relacionados à crise climática e à justiça social. Nesse contexto, a Teoria dos Atos de Fala é apresentada como um forte aporte teórico que contribui para o entendimento do ativismo digital, considerando o pressuposto básico de que enunciar é agir, e todo ato de enunciação possui uma força ilocutória.

Por fim, trazemos ao debate alguns aspectos da polarização discursiva que emergem da interseccionalidade e interdiscursividade inerentes aos discursos sobre o aquecimento global, analisando como a retórica polarizada nas redes sociais reflete a tensão entre forças hegemônicas e contra-hegemônicas. Consideramos fundamental o destaque ao aspecto polarizador nesse tipo de ativismo, uma vez que, mais adiante, na análise dos dados, daremos especial atenção a discursos da ativista Greta Thunberg que impulsionaram a retórica de polarização discursiva tanto nas redes sociais como fora delas. Desta forma, ressaltamos a necessidade de reformular

enquadramentos midiáticos considerados nocivos à sustentabilidade, com o intuito de aumentar a conscientização pública e promover ações políticas em prol do meio ambiente.

Finalmente, no último capítulo da parte 1, intitulado Metodologia, apresentamos os detalhes do percurso metodológico adotado, com ênfase em seus aspectos teóricos e analíticos. Considerando a natureza híbrida e compósita desta tese, buscamos explicitar como se deu o processo para a fundamentação teórica e a seleção dos *corpora* a serem analisados.

Buscamos esmiuçar nosso percurso metodológico, que parte da abordagem quantitativa para a qualitativa. A primeira pretende demonstrar um panorama geral dos dados coletados, já sinalizando algumas inferências, enquanto a segunda pretende um debate mais aprofundado envolvendo aspectos sobre a polarização discursiva e ideológica, questões interseccionais e mapeamentos metafóricos sobre a crise climática.

Em nossa análise quantitativa, demonstramos as hashtags coletadas, como ponto de partida, organizando-as alfabeticamente e numericamente, a fim de organizar este primeiro *corpus*. Em seguida, tendo como base a Teoria dos Atos de Fala, classificamo-las conforme os atos ilocutórios identificados, apresentando algumas considerações sobre os atos predominantes no ciberativismo climático.

Em seguida, contamos com um extenso *corpus* de frames, identificando as possíveis relações entre as hashtags e os frames selecionados das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet da Universidade de Berkeley, Califórnia. Finalizando a etapa quantitativa, elencamos 05 domínios semânticos que nos auxiliaram na classificação e interconexão entre os *corpora* de frames e hashtags.

Partindo para a análise qualitativa, tendo em vista a inegável interseccionalidade que envolve a crise climática global, consideramos relevante comentar excertos de três discursos da ativista Greta Thunberg que impulsionaram o ativismo entre os jovens e o movimento *Fridays for Future*, visando destacar alguns aspectos políticos voltados à polarização discursivo-

ideológica, assim como a aparente mudança de *framing* ou enquadramento retórico diante do enfrentamento da EC.

As narrativas que antes se destacavam pelas perspectivas de GUERRA, CORRIDA (contra o tempo) e APOCALIPSE enquanto domínios-fonte, começam, com o ativismo de Thunberg, a ganhar um novo contorno, agora mais voltado à esperança, à conscientização e à luta das populações e comunidades mais afetadas contra a negligência e inação política diante de um eminente colapso climático.

Naturalmente o domínio-fonte CORRIDA (contra o tempo) ainda é presente, todavia, com um olhar mais voltado à conscientização e à pressão aos poderes políticos e econômicos, ao futuro das novas gerações, à sobrevivência dos ecossistemas e ao cumprimento das metas para a redução de gases poluentes e de efeito estufa.

Nos discursos de Greta Thunberg e no movimento *Fridays for Future* notam-se também frames orientados para a ação da juventude em prol da visibilidade da Emergência Climática, do confronto político, da mudança de consciência, do redirecionamento a novos modelos de produção e consumo e do questionamento do sistema capitalista exploratório dos recursos naturais.

Logo, mapeamos cognitivamente as hashtags/expressões *#uprootthesystem* (adaptado para o português como *#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (traduzido para o português como *#lavagemverde*), a fim de sugerir possíveis metáforas conceituais que se manifestam pela interdiscursividade e transdisciplinaridade inerentes à interseccionalidade do tema em questão, ou seja, a crise climática.

Como última etapa, analisamos um pequeno recorte de posts interdiscursivos retirados das páginas do Instagram do movimento *Fridays for Future* e da página oficial de Greta Thunberg, com o intuito de identificar novos enquadramentos ou *framings* na retórica do ativismo climático partindo das hashtags *#uprootthesystem*, *#descolonize o sistema* e *#greenwashing*.

As referidas hashtags/expressões, entre outras como *#peoplenotprofit* ou *#peopleoverprofit* (*#pessoasacimadolucro*) e *#theresnoplanetB* (*#nãoháplanetaB* ou *#nãoexisteplanetaB*), adotadas nos discursos dos jovens

contra a crise climática, abrem espaço para debates de reparação de injustiças sociais, assim como a urgência de ações de mitigação da crise climática, a partir de um sistema mais igualitário, democrático e sustentável.

Esclarecendo como pretendemos proceder metodologicamente, avançaremos para a parte 2 de nossa tese, na qual serão apresentadas detalhadamente as análises quantitativas e qualitativas, bem como as discussões dos resultados obtidos.

No Capítulo 6, demonstramos numericamente como o uso de hashtags no ciberativismo tem se tornado uma prática poderosa para mobilizar causas sociais, conectar pessoas e disseminar informações. No ambiente digital, as hashtags funcionam como um mecanismo de categorização e engajamento, agrupando conteúdos e ampliando o alcance de discursos ativistas.

Ao analisar as hashtags por meio da Teoria dos Atos de Fala, foi possível classificá-las de acordo com suas funções comunicativas e os efeitos que geram nos interlocutores, tendo em vista que a teoria sugere que um ato enunciativo – no contexto ciberativista, o uso de hashtags – pode assumir diferentes papéis, como o de afirmar uma posição (ato assertivo), convocar à mobilização (ato diretivo) ou expressar emoções e opiniões (ato expressivo).

A classificação e discussão das hashtags à luz dessa teoria contribuem para um entendimento mais profundo das dinâmicas discursivas no ativismo digital, destacando como esses elementos textuais desempenham um papel crucial na construção e no fortalecimento das ações coletivas online, representando posicionamentos, reivindicações e convites à ação.

No Capítulo 7, para fins de agrupamento e classificação das hashtags e frames, elencamos 05 domínios semânticos que se destacaram em nosso *corpora*: *Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo*, *Ativismo político da juventude*, *Fatos científicos*, *Confronto político* e *Negacionismo*. A abordagem metodológica de classificação dos frames e hashtags por domínios semânticos nos permitiu identificar padrões de modelos mentais e compreender as relações subjacentes entre os conteúdos disseminados no contexto do ciberativismo socioclimático e a interpretação desses discursos.

Os domínios semânticos aqui propostos, que agrupam conceitos e significados de acordo com as afinidades contextuais, ou seja, a crise climática, nos auxiliaram na organização destes *corpora* de forma mais sistemática, facilitando a análise de como determinados temas são enquadrados e como as hashtags e frames desempenham um papel de afirmação de ideologias ou de polarização de narrativas, revelando possíveis intenções comunicativas e impactos das mensagens disseminadas.

No Capítulo 8 iniciamos nossa análise qualitativa, apresentando discussões acerca de 03 discursos marcantes da ativista Greta Thunberg, proferidos no *United Nations Summit* (2019), na *COP25* (2019) e na *COP28* (2023), os quais encorajaram o movimento *Fridays for Future* nas redes sociais a partir de 2019.

Focamos nas estratégias retóricas utilizadas por Thunberg, como a polarização entre o NÓS (juventude e populações mais vulneráveis às mudanças climáticas) e o VOCÊS/ELES (poderes políticos e potências econômicas responsáveis pelo aquecimento global e conseqüentemente pela crise social e climática). Dialogando com os dados quantitativos, apresentamos alguns dos frames, hashtags e domínios semânticos proeminentes nos 03 discursos, reforçando a mensagem de confronto contra a inércia política, a união dos povos mais afetados e a urgência em mitigar a emergência climática.

No Capítulo 9, a análise qualitativa concentrar-se-á nas hashtags *#uprootthesystem* (e sua adaptação para a língua portuguesa *#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*), sendo estas expressões metafóricas em sua natureza bastante disseminadas no contexto do ciberativismo climático. Apresentaremos um mapeamento conceitual detalhado, conforme os aportes metodológicos de Charteris-Black (2014) e do Pragglez Group (2007), visando inferir um conjunto de metáforas conceituais depreendidas a partir dessas duas expressões.

A primeira, *#uprootthesystem*, conceitualiza o sistema capitalista enquanto uma árvore que deve ser arrancada pelas raízes, sugerindo que o capitalismo está profundamente enraizado no nosso sistema cognitivo e simbolizando a necessidade de uma mudança estrutural radical. Para tanto, as

metáforas conceituais inferidas desta expressão enfatizam a urgência de reestruturar o modelo capitalista e reitera o papel do ativismo como ferramenta de transformação social.

Já a hashtag *#greenwashing* aborda a prática de empresas que alegam ser ambientalmente responsáveis, mas não implementam ações eficazes contra a crise climática e ambiental. Essa prática visa criar uma ilusão de sustentabilidade, levando os consumidores a acreditarem que produtos 'verdes' são a solução para as questões ambientais, quando, na realidade, ela contribui para agravar os problemas climáticos.

Todavia, alguns estudiosos argumentam que, apesar de suas implicações negativas, o *greenwashing* pode funcionar como um "frame de transição", promovendo lentamente uma economia mais sustentável à medida que a conscientização sobre a emergência climática cresce. Assim, é crucial abordar o *greenwashing* de forma crítica, para que esta prática não desvie a atenção das reais consequências da crise climática.

Por fim, no Capítulo 10 apresentamos uma análise qualitativa de alguns posts das páginas do Instagram do movimento *Fridays for Future Internacional*, *Fridays for Future Brasil* e da ativista Greta Thunberg, focando em três hashtags significativas no ativismo climático digital: a então apresentada *#uprootthystem* (*#descolonizeosistema*); *#peoplenotprofit* (*#pessoasacimadolucro*); e *#theresnoplanetB* (*#nãoháplanetaB* ou *#nãoexisteplanetaB*).

Objetivamos com este último capítulo evidenciar o caráter transdisciplinar dos posts apresentados, como defendido nas nossas abordagens teóricas. As hashtags acima, viralizadas através dos posts, são tratadas como representações interseccionais que envolvem questões de (in)justiça climática e desigualdade social, sublinhando a pressão exercida pelos ativistas sobre os poderes políticos e econômicos para que adotem medidas efetivas e urgentes contra a crise climática. O critério de seleção dos posts foi baseado na noção de *saliência* (Stibbe, 2015), ressaltando sua capacidade de atrair a atenção para problemáticas sociais relevantes.

As postagens analisadas enfatizam a crítica à inércia política, ao lucro em detrimento da vida, à exploração histórica de países do sul global e à necessidade urgente de repensarmos nossos modelos de produção de bens e o consumo exacerbado, conectando demandas ambientais a questões sociais, ideológicas, históricas e políticas.

Em suma, as análises dos *corpora* reforçam o ativismo juvenil, liderado por Greta Thunberg e pelo movimento *Fridays for Future*, como uma luta contra a exploração ambiental – que tem conduzido o planeta ao atual estado de emergência climática – e a injustiça social, mobilizando milhões de pessoas através de discursos promotores da solidariedade e da necessidade de transformação do sistema de produção capitalista.

Assim, nossa pesquisa discute a emergência climática como um frame cognitivo que denuncia as desigualdades sociais e ambientais, propondo novos olhares esperançosos, para os quais a militância climática tem voltado seus discursos.

Isso posto, englobamos uma série de diferentes ângulos pelos quais podemos observar alguns dos discursos relativos às questões socioclimáticas, intimamente conectadas por seus vieses interdiscursivos e dialógicos. Portanto, a proposta de um estudo compósito pretende justamente destacar a heterogeneidade discursiva, através de referenciais teóricos e *corpora* que se correlacionam a todo o momento, visando a uma perspectiva crítica de maior engajamento no que diz respeito a questões humanitárias e sociopolíticas, a partir dos Estudos Críticos do Discurso.

Acreditamos que, apesar dos desafios e limitações inerentes às dinâmicas das redes sociais, o ciberativismo climático tem o potencial de promover ações transformadoras, mobilizando indivíduos e comunidades em prol da justiça climática e da mitigação dos impactos do aquecimento global. Este estudo, ao contribuir para a compreensão das interações entre discurso, poder e sociedade, oferece novas perspectivas sobre o papel do ativismo digital na construção de um futuro mais sustentável e justo para as novas gerações.

PARTE 1

ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Capítulo 1 – Problemática e contextualização dos discursos de ciberativismo climático sob uma análise compósita

No presente capítulo pretendemos contextualizar e explicitar a problemática do nosso tema de pesquisa a partir de uma análise compósita, heterogênea, tendo como base que não existe discurso individual neutro, como postulado nas premissas básicas de heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva (Authier-Revuz, 2004).

Tais pressupostos são fundamentais em Análise do Discurso e Análise Crítica do Discurso, como também ao pensarmos em suas conexões com a Pragmática Linguística e a Linguística Cognitiva pois, quando decidimos por um estudo compósito, os *corpora* propostos para análise, assim como nossas escolhas teórico-metodológicas, assumem que os discursos disseminados nas esferas sociopolíticas partem de discursos individuais que refletem os discursos de um ou mais grupos – e vice-versa, numa constante relação dialógica e ideológica (Bakhtin, 1990).

No caso de nosso estudo, tais relações serão debatidas a partir de discursos da ativista Greta Thunberg, hashtags, frames, atos de fala e posts de ativismo socioambiental, encontrados em páginas de ciberativismo climático na rede social Instagram ligadas ao movimento *Fridays for Future*.

1.1 A problemática da Emergência Climática sob o viés dos Estudos Críticos do Discurso: apontamentos teórico-metodológicos

Tendo em vista os pilares teórico-metodológicos que embasam esta tese, citamos alguns dos principais fundamentos dos Estudos Críticos do Discurso (ECD), tendo como principal referência a obra *Methods of Discourse Studies* (Wodak; Meyer, 2016).

Os autores (*op. cit*) destacam que a abordagem da Análise Crítica do Discurso (ACD) se difere de outras formas de análise do discurso por seu foco explícito em questões de poder, ideologia e desigualdade social. A ACD é então apresentada como uma ferramenta para revelar e criticar as maneiras

como o discurso contribui para a manutenção ou a transformação das relações de poder.

É importante destacarmos a transdisciplinaridade e a polifonia inerentes a esta proposta teórico-metodológica, pois os ECD pressupõem a combinação de teorias linguísticas com outras áreas como sociologia, ciências políticas, psicologia social e estudos culturais. Assim, a ACD deve ser flexível e adaptável, utilizando uma variedade de métodos e teorias conforme necessário para abordar questões complexas e multifacetadas. Pelas palavras de Wodak & Meyer (2016, p. 2),

[a]s múltiplas raízes dos estudos críticos do discurso encontram-se na retórica, na linguística textual, na antropologia, na filosofia, na psicologia social, na ciência cognitiva, nos estudos literários e na sociolinguística, bem como na linguística aplicada e na pragmática (tradução nossa).

Sobre isso, no que diz respeito à metodologia, van Dijk (2016) reitera o postulado de que os ECD e a ACD não vislumbram uma direção ou um método rígido; tais teorias são entendidas como perspectivas em diálogo com inúmeras áreas do estudo do discurso. Tal assunção é fundamental em nossa tese, pois uma análise compósita pressupõe o diálogo constante com outras áreas, o que também observaremos mais adiante em nossos *corpora*:

Como uma prática analítica, a ACD não é uma direção de pesquisa entre muitas outras do estudo do discurso. Pelo contrário, é uma *perspectiva* crítica que pode ser encontrada em todas as áreas de estudo do discurso, como a gramática do discurso, análise da conversação, pragmática discursiva, retórica, estilística, análise narrativa viva análise da argumentação, análise do discurso multimodal e semiótica social, sociolinguística, e etnografia da comunicação ou da psicologia do discurso de processamento, entre outros. Em outras palavras, a ACD é o estudo do discurso *com uma atitude* (van Dijk, 2016, p. 19, grifos do autor).

Para tanto, devemos considerar a contextualização sociohistórica como premissa básica para os ECD. Wodak & Meyer (*op. cit.*) defendem que os discursos moldam e são moldados por seus contextos, e que a ACD deve sempre levar em conta as condições históricas, sociais e políticas que influenciam a produção e a recepção dos discursos. Este tema será discutido mais adiante, com base em van Dijk (2008).

Ainda sobre a abordagem das pesquisas em ECD, van Dijk (2016, p. 63) complementa, destacando o aspecto transdisciplinar acima enfatizado:

The critical approach of CDS characterizes scholars rather than their methods: CDS scholars and their research are sociopolitically committed to social equality and justice. They are specifically interested in the discursive (re)production of power abuse and the resistance against such domination. Their goals, theories, methods and data and other scholarly practices are chosen as academic contributions to such resistance. CDS is more problem-oriented than discipline oriented, and requires a multidisciplinary approach.²

Outra noção básica em ECD consiste na desconstrução de ideologias dominantes, com o objetivo de desmascarar ideologias ocultas ou naturalizadas nos discursos. A asserção de que os discursos podem perpetuar estereótipos, legitimar práticas discriminatórias e reforçar desigualdades sociais, muitas vezes de maneira sutil e implícita, leva o pesquisador em ACD a buscar a gênese destas práticas discursivas, visando questioná-las, de forma a buscar novos paradigmas de pensamento e enquadramento de conceitos, desconstruindo crenças e ‘verdades’ socialmente legitimadas, buscando a emancipação dos indivíduos enquanto sujeitos sociohistoricamente situados.

Critical theories, thus also CDS, want to produce and convey critical knowledge that enables human beings to emancipate themselves from forms of domination through self-reflection. Thus, they are aimed at producing ‘enlightenment and emancipation’. Such theories seek not only to describe and explain, but also to root out a particular kind of delusion. Even with differing concepts of ideology, Critical Theory seeks to create awareness in agents of their own needs and interests (Wodak; Meyer, *ibid.*, p. 7).³

Em termos de importância social e aplicação prática dos ECD, os autores defendem que a ACD pode ser aplicada a uma variedade de contextos

2 A abordagem crítica do ECD caracteriza os acadêmicos em vez de seus métodos: os acadêmicos dos ECD e suas pesquisas são sociopoliticamente comprometidos com a igualdade e a justiça social. Eles estão especificamente interessados na (re)produção discursiva do abuso de poder e na resistência contra tal dominação. Seus objetivos, teorias, métodos e dados e outras práticas são escolhidos como contribuições acadêmicas para tal resistência. Os ECD são mais orientados para problemas do que para disciplinas e requerem uma abordagem multidisciplinar (tradução nossa).

3 Teorias críticas, assim como CDS, querem produzir e transmitir conhecimento crítico que permita aos seres humanos emanciparem-se de formas de dominação por meio da autorreflexão. Assim, elas visam produzir ‘iluminação e emancipação’. Tais teorias buscam não apenas descrever e explicar, mas também erradicar um tipo particular de ilusão. Mesmo com diferentes conceitos de ideologia, a Teoria Crítica busca criar consciência nos agentes de suas próprias necessidades e interesses (tradução nossa).

e problemas sociais, incluindo racismo, xenofobia, nacionalismo e discriminação de gênero. No caso de nossa pesquisa, a problemática social em evidência é a Emergência Climática, sendo esta extremamente atual e grave no contexto da própria sobrevivência humana na Terra, considerando as consequências eminentes do modo de produção capitalista.

Assim, os autores (*op. cit.*) mostram como a ACD pode ser uma ferramenta poderosa para promover a justiça social, ao revelar e desafiar as formas de poder e dominação presentes nos discursos que envolvem problemáticas sociais em seus diversos âmbitos; em nosso, estudo, destaca-se a esfera socioambiental, tendo em vista que não podemos desassociar a problemática do clima dos problemas sociais evocados como consequências do aquecimento global.

Ainda sobre o aspecto transdisciplinar dos ECD, em conformidade com van Dijk (2016), frisamos o que o autor denomina *Triângulo Discurso-Cognição-Sociedade*. Neste enfoque, os seguintes componentes se complementam nas pesquisas em ACD: **o cognitivo, o social e o discursivo** (grifo nosso). Muito resumidamente, o primeiro abarca nossas estruturas cognitivas como memória, cognição social, conhecimento de mundo, atitudes, ideologias e modelos mentais – situacionais ou contextuais, semânticos e pragmáticos. O segundo lida com questões como poder e dominação. O terceiro componente abarca aspectos a exemplo de: ideologias imbricadas em estruturas discursivas, tais como polarização, escolhas pronominais, identidades, ideologias e atividades que caracterizam um determinado grupo; o contraste entre a visão positiva de um grupo em detrimento da percepção negativa de outros; e valores, normas e interesses.

Portanto, a abordagem sociocognitiva em ACD explora as relações entre discurso e cognição. Em conformidade com van Dijk (*ibid.*, p. 26), “[a] cognição é a interface necessária que liga discurso como o uso da linguagem em interação social com situações sociais e estruturas sociais.” Isso posto, Fairclough & Wodak (1997 *apud* van Dijk, 2016, p. 20), apontam resumidamente como princípios fundamentais da ACD:

1. Aborda problemas sociais;
2. Relações de poder são discursivas;
3. Discurso constitui a sociedade e cultura;
4. Discurso faz trabalho ideológico;
5. Discurso é histórico;
6. Relação entre texto e sociedade é mediada;
7. Análise do discurso é interpretativa e explicativa;
8. Discurso é uma forma de ação social.

Portanto, para o autor (*op. cit.*), a abordagem sociocognitiva em Estudos Críticos do Discurso não trata as estruturas de discurso, cognição e sociedade como componentes independentes, mas integradas de maneira transdisciplinar. É fundamental que tais estruturas sejam exploradas em termos de representações mentais subjacentes, como modelos mentais, conhecimento ou ideologias, os quais influenciam a produção e compreensão dos usuários da língua.

Em suma, os discursos e sua base cognitiva são analisados em termos de suas funções sociopolíticas ou culturais no contexto comunicativo e social, a exemplo da reprodução de discursos de dominação ou de resistência. Sobre a necessidade desta abordagem transdisciplinar nos ECD, Kövecses (2020, p. 116) ainda defende que “cognition is grounded in multiple ways, including our situational, linguistic, bodily, and cognitive-conceptual experiences and knowledge. The contextual factors represent the totality of our experiences as we interact with the world.”⁴

À vista disso, outra grande área da Linguística que nos auxiliará neste percurso teórico-metodológico segue alguns princípios da Pragmática, sendo esta indissociada dos contextos da situação comunicativa. Para van Dijk (*op. cit.*, p. 24, grifos do autor), “o modelo de contexto (...) controla a *adequação pragmática* do discurso”, ou seja, é através do controle dos discursos que os enunciadores controlam suas “intenções, planos, conhecimentos, opiniões, atitudes e ideologias – bem como as suas consequentes ações”, assim como de seus destinatários” (*idem, ibid.*). Para o autor, propriedades pragmáticas do

⁴ (...) a cognição é fundamentada de várias maneiras, incluindo nossas experiências e conhecimentos situacionais, linguísticos, corporais e cognitivo-conceituais. Os fatores contextuais representam a totalidade de nossas experiências à medida que interagimos com o mundo (tradução nossa).

discurso como atos de fala, adequação ou polidez expressam também opiniões e emoções dos indivíduos diante das situações comunicativas.

No que diz respeito às limitações da ACD, é reconhecida a subjetividade na interpretação dos dados e os desafios na generalização dos resultados, uma vez que a teoria em si defende a não neutralidade do pesquisador. Desta maneira, Wodak & Meyer (2016) sugerem, como possível forma de mitigação quanto às questões éticas nos ECD, que o pesquisador apresente análises cuidadosas e transparentes, ciente de sua subjetividade, de suas próprias posições e preconceitos, reconhecendo o impacto de suas interpretações e decisões metodológicas sobre os resultados da pesquisa.

Por conseguinte, van Dijk (2016, p. 35) acrescenta que lacunas metodológicas em ACD ainda permanecem. É ressaltado que a interface entre discurso, cognição, contextos locais e globais normalmente surgem apenas como noções de conhecimento e ideologia, deixando lapsos no que diz respeito à integração multidisciplinar proposta nos ECD. Para o autor (*idem, ibid.*), a busca por esta abordagem multifacetada “é muito importante para se chegar a uma forma satisfatória de ACD multidisciplinar.”

Por esta razão, à medida que construímos esta tese, percebemos a importância de se agregar teorias e *corpora* complementares, visando contribuir para a redução destas lacunas e demonstrar que os estudos do discurso não podem ser focados em um único viés, ou uma única linha teórica, dada a complexidade e a heterogeneidade inerentes a todo processo de uma determinada situação sociodiscursiva.

Em vista disso, ao tratarmos da Emergência Climática sob os vieses acima delineados, outra área que tem ganhado notoriedade nos estudos linguísticos e abarca fortemente a transdisciplinaridade pretendida neste trabalho consiste na Ecolinguística, defendida por Stibbe (2015). Assim como Lakoff (*op. cit.*), a Ecolinguística também reconhece os estudos do discurso para além dos estudos da língua isoladamente de outras áreas do conhecimento, como a Ecologia, e as Ciências Sociais e Humanas:

The term ‘ecolinguistics’ has been used to describe studies of language interaction and diversity; studies of texts such as signposts which are outdoors;

analysis of texts which happen to be about the environment; studies of how words in a language relate to objects in the local environment; studies of the mix of languages surrounding pupils in multicultural schools; studies of dialects in particular geographical locations, and many other diverse areas. The multiplicity of approaches arises from different understandings of the concept of 'ecology', from a very broad concept of 'the interaction of some things with other things' to narrow concepts such as 'related to environmentalism' (Stibbe, 2015, p. 8).⁵

Na renomada obra *Ecolinguistics*, Stibbe (*ibid.*, p. 127) refere-se a uma pesquisa de Mori (2014) que trata sobre a percepção individual acerca das mudanças climáticas. Na referida investigação, o autor (*op. cit.*) conclui que “as mudanças climáticas com as quais lidamos atualmente são vistas em grande parte como resultado da atividade humana” (tradução nossa). O que nos interessa nesses resultados não é o fato de que a maioria dos participantes chegou a tal conclusão baseados na leitura direta de dados científicos sobre temperaturas e amostragens, mas sim a partir de textos (escritos, orais ou visuais) aos quais foram expostos.

Desta forma, com o *espectro da facticidade* (Stibbe, *op. cit.*), os interlocutores podem partir de verdades absolutas, por um lado, ou total negação, por outro, com incontáveis níveis de incertezas entre um oposto e outro. Por este ângulo, nossa pesquisa é direcionada pelas convicções subjetivas de leitores, ativistas, membros ativos ou apenas seguidores de páginas em redes sociais voltadas ao ativismo climático, examinando o papel de textos e discursos no processo de construção dessas convicções, narrativas, 'verdades', crenças e modelos mentais subjacentes à nossa compreensão de determinado fenômeno; neste caso, a Emergência Climática.

Portanto, reconhecemos a interconexão entre a Ecolinguística e os ECD, ou seja, as narrativas sobre a crise climática às quais os sujeitos são expostos determinam a compreensão do problema em questão. Neste caso, a EC é compreendida através de perspectivas subjacentes aos processos cognitivos

5 O termo 'ecolinguística' tem sido usado para descrever estudos de interação e diversidade linguística; estudos de textos como placas ao ar livre; análise de textos sobre meio ambiente; estudos de como as palavras de uma língua se relacionam com objetos no ambiente local; estudos sobre a mistura de línguas que rodeia os alunos em escolas multiculturais; estudos de dialetos em localizações geográficas específicas e muitas outras áreas diversas. A multiplicidade de abordagens surge de diferentes entendimentos do conceito de "ecologia", desde um conceito muito amplo de 'a interação de algumas coisas com outras coisas' até conceitos restritos como "relacionados ao ambientalismo" (tradução nossa).

inerentes à condição humana, como as construções de modelos mentais, frames e metáforas.

Assim, para se compreender o processo de construção de determinada metáfora, partimos da premissa básica da Semântica da Compreensão e da Semântica de Frames (Fillmore, 1977; 1985), as quais defendem que é a partir de nossas experiências empíricas que (re)formulamos nossas representações de conhecimento. Ainda segundo Stibbe (*ibid.*, p. 47), “[n]ão são apenas os participantes que são diferentes nos diferentes frames, é também o que fazem e como se relacionam entre si” (tradução nossa). Ou seja, diferentes frames contam diferentes narrativas sobre a(s) realidade(s) que nos permeia(m).

Desta forma, sabe-se que é a experiência individual – atrelada ao corpo e à identidade social dos sujeitos – que define nossa construção de significados; todavia, os sentidos/significados elaborados pelos indivíduos constituem representações de experiências sociais e culturais. Para a Linguística Cognitiva (LC), os construtos linguísticos emergem da experiência sensorial social e cultural dos sujeitos em contextos de interação social.

Por isso, defendemos a relação entre os construtos teóricos supracitados com o discurso digital sobre EC, uma vez que, para compreender os debates veiculados em redes sociais, o público faz uso dos frames veiculados na mídia e integram tais representações a outras já existentes em seu sistema cognitivo. Através de fatores como experiências pessoais, ideologia e identidade social, os indivíduos (re)constróem suas concepções, valores, verdades, ou seja, sua compreensão de mundo. Conforme Mateus (2019, p. 27),

[t]he two key areas on framing research are *frame-building* (how frames emerge) and *frame-setting* (the interplay of frames and citizens). The former refers to the development of frames and their choice on news stories while the latter describes the complex process of frames consumption and (subsequent, consequent) adoption by citizens via mass media as a way to access and apprehend a political issue.⁶

6 As duas principais áreas na pesquisa sobre frames são a construção do frame (como os frames emergem) e configuração do frame (a interação do frame com os cidadãos). O primeiro se refere ao desenvolvimento do frame e sua escolha em notícias, enquanto o último descreve o complexo processo de consumo do frame e sua adoção (subsequente, consequente) por cidadãos por meio da mídia de massa como uma forma de acessar e apreender uma questão política (tradução nossa).

Retomando as teorias supracitadas em ECD e LC, relacionamos o ciberativismo da juventude com o campo da Pragmática, cuja interconexão com a ACD é evidente, uma vez que a Teoria dos Atos de Fala foi adotada em nossa análise de dados considerando os efeitos ilocutórios e perlocutórios no contexto da militância climática.

Tendo em conta que a teoria defende que toda forma de enunciação consiste em uma ação, entendemos que o ciberativismo, assim como os discursos de Greta Thunberg que serão analisados, dão azo a atos linguísticos diretivos, ou seja, uma vez que, quando o sujeito enuncia e posta em redes sociais opiniões, informações, críticas, imagens, fotos ou hashtags, o mesmo pretende contribuir com a viralização de determinado conteúdo, buscando assim levar seu leitor/interlocutor a ações ligadas à crise climática, a exemplo de conhecimento, reflexão, sensibilização, luta, ações mitigatórias, assunção dos responsáveis pela problemática, desejo de mudança de práticas ecologicamente destrutivas, entre outras.

Portanto, a partir desta breve contextualização dos principais temas a serem tratados neste estudo, que serão aprofundados nos próximos capítulos, buscamos a seguir delimitar nossos objetivos gerais e específicos, e algumas perguntas sobre as quais dissertaremos ao longo deste trabalho, ou como parte de nosso referencial teórico, ou como respostas às análises dos dados.

1.2 Objetivos e questões de investigação

Muitas pesquisas já registraram um aumento da conscientização pública acerca de questões ambientais, tendo em vista a sua relação com nosso cotidiano. A crise climática já ultrapassou os muros das universidades, sendo atualmente um grave problema para todo o globo: basta ligarmos a TV, olharmos nossas redes sociais e termos acesso às mídias e jornais impressos e digitais, que diariamente nos deparamos com informações e notícias acerca de desastres ambientais como consequência do aquecimento global, afetando inúmeros ecossistemas, como também muitas comunidades, principalmente, em países mais pobres e classes menos favorecidas.

Em vista disso, é importante nos questionarmos até que ponto o discurso digital desempenha um papel significativo nessa dinâmica e como alguns processos sociodiscursivos e cognitivos contribuem para a construção de valores sociais, políticos e ideológicos que moldam a opinião pública, impulsionando ações de reflexão e enfrentamento.

Destacando também áreas subjacentes aos ECD como a interdiscursividade e a interseccionalidade, buscamos compreender determinados processos discursivos e cognitivos intrínsecos à interação humana, assim como a percepção dos sujeitos sobre as causas e efeitos das alterações climáticas – e outras problemáticas atreladas a ela. A partir de tais premissas, definimos os objetivos gerais e específicos a seguir como fios condutores de nossa investigação.

1.2.1 Objetivos Gerais

- Contribuir para o debate sobre a Emergência Climática no contexto do ciberativismo da juventude em redes sociais, ajudando a promover a conscientização sobre a problemática da crise climática;
- Caracterizar discursivamente a Emergência Climática partindo das abordagens teórico-metodológicas dos Estudos Críticos do Discurso, como a Análise do Discurso, a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso, a Pragmática Linguística e a Linguística Cognitiva;
- Explorar a polarização discursiva e interseccionalidade, integradas sob um prisma sociopolítico, econômico e ideológico;
- Chamar a atenção para discursos de reparação histórica e justiça climática, destacando o ativismo da juventude como propulsor de políticas socioeconômicas e ambientais visando à promoção um planeta mais democrático e sustentável.

A partir dos objetivos gerais acima elencados, listamos a seguir nossos objetivos específicos, ou seja, os *corpora* com os quais trabalhamos e como pretendemos debater as questões acima a partir destes *corpora*.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Coletar e analisar um *corpus* de hashtags, encontradas em páginas do Instagram associadas ao movimento *Fridays for Future*;
- Classificar as hashtags sob o enfoque da Teoria dos Atos de Fala, inferindo efeitos perlocutórios intentados pelos enunciadores;
- A partir deste *corpus*, estabelecer a relação entre as hashtags e os principais frames ligados à questão climática, utilizando dados das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet da Universidade de Berkeley;
- Classificar os *corpora* de hashtags e frames conforme domínios semânticos que emergem neste contexto discursivo;
- Examinar em três discursos mundialmente conhecidos algumas estratégias linguísticas utilizadas pela ativista Greta Thunberg para criar uma retórica de polarização discursiva e política, assim como agregar mais participantes à causa climática;
- Mapear metáforas conceituais emergentes nas narrativas sobre a crise climática, especialmente a partir das hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*);
- Coletar e analisar um *corpus* de posts do Instagram das páginas *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* e da página de Greta Thunberg, focando na interseccionalidade da crise climática e dialogando com os frames, domínios semânticos e atos de fala identificados na análise quantitativa de dados;
- Defender a expressão *Emergência Climática* como um novo frame cognitivo, e inferir um grupo de novas metáforas conceituais alicerçadas neste novo frame.

1.2.3 Questões de investigação

Por conseguinte, em vista da problemática da EC e de sua relação com os ECD, considerando os aspectos teóricos e os objetivos apontados até então, levantamos algumas questões de investigação que serão discutidas ao

longo deste trabalho, almejando que, ao final desta tese, possamos apresentar possíveis respostas e contribuições para o estudo compósito proposto. Buscaremos discutir as questões abaixo tanto na parte teórica quanto na analítica, ou seja, à medida que o trabalho é desenvolvido:

- Quais aspectos discursivos são destacados pelas abordagens da Análise Crítica do Discurso, Análise Positiva do Discurso, Linguística Cognitiva e Pragmática na caracterização da Emergência Climática?
- Como o ciberativismo pode contribuir para o debate sobre a Emergência Climática?
- Quais as principais hashtags associadas ao movimento *Fridays for Future* no Instagram, e como elas refletem os objetivos do movimento liderado por Greta Thunberg?
- Como os principais frames identificados a partir da FrameNet Brasil e da FrameNet da Universidade de Berkeley se relacionam com as hashtags do movimento *Fridays for Future*?
- Quais atos de fala se destacam no nosso *corpus* de hashtags, e quais são seus efeitos perlocutórios predominantes?
- Quais estratégias linguísticas são usadas por Greta Thunberg em seus discursos para criar uma retórica de polarização e agregação de pessoas à causa climática?
- Que metáforas conceituais podem emergir das hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*), e como elas influenciam a narrativa sobre a crise climática?
- Quais possíveis novas metáforas conceituais podem ser inferidas a partir da Emergência Climática enquanto frame cognitivo?
- Como a interseccionalidade da crise climática aparece em alguns posts do Instagram nas páginas *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* e da página de Greta Thunberg?

- As representações discursivas do ciberativismo climático podem orientar políticas socioeconômicas de justiça climática e ações para um planeta mais democrático e sustentável?

Embora esta lista de indagações nos pareça muito extensa, veremos que estes aspectos, pela natureza híbrida desta tese, acabam por entrecruzar-se, numa relação de interdependência. As discussões teóricas e a análise dos dados irão tratar das questões acima propostas, ora quantitativamente, ora qualitativamente, com o intuito de demonstrar o postulado básico deste estudo, ou seja, nos ECD é necessário integrar aspectos diversos inerentes à linguagem humana, e não existe discurso isolado: toda forma discursiva é perpassada por outros discursos e representações cognitivamente constituídas em contextos sociohistóricos dinâmicos e diversificados.

Síntese

No capítulo 1 abordamos a problemática que motiva nossa tese, ou seja, a análise discursiva do ciberativismo climático, especialmente no Instagram, à luz de teorias adjacentes aos Estudos Críticos do Discurso, tais como a Análise Crítica do Discurso, a Linguística Cognitiva, a Pragmática e a Ecolinguística. Enfatizamos que discursos individuais não são neutros, refletindo e moldando discursos coletivos, influenciando a percepção pública sobre a crise climática.

Nossa pesquisa busca entender como o ciberativismo, por meio de hashtags e posts, contribui para a conscientização e ação em relação à Emergência Climática, explorando frames cognitivos, metáforas conceituais e atos de fala como influenciadores no processo de construção de significados e mobilização social. Também inserimos como *corpora* para análise três discursos da ativista Greta Thunberg, tendo em vista aspectos de polarização política e discursiva inerentes aos outros *corpora* coletados.

Além disso, nos baseamos nas premissas básicas da transdisciplinaridade e heterogeneidade discursiva, combinando Linguística e Ciências Sociais, para analisar como discursos digitais podem promover

narrativas de justiça climática, ações de mitigação dos impactos gerados pelo aquecimento global, engajamento das comunidades mais afetadas, novos olhares sobre paradigmas socioeconômicos ecologicamente destrutivos, entre outros.

A pesquisa também pretende explorar a emergência de novas metáforas conceituais e frames cognitivos que moldam as narrativas sobre a crise climática, defendendo a necessidade de um olhar crítico e multidisciplinar sobre o impacto do ciberativismo na formação da opinião pública e nas políticas ambientais. Partindo destes fios condutores, apresentamos também nossos objetivos gerais e específicos, assim como as perguntas de investigação que conduzem este estudo.

Capítulo 2 – Teorias Críticas do Discurso: interfaces

O presente capítulo pretende explorar – orientado pelos Estudos Críticos do Discurso e premissas básicas da Análise do Discurso (AD) – a Análise Crítica do Discurso (ACD), a Análise Positiva do Discurso (APD) e a Linguística Cognitiva como abordagens complementares que examinam como as ideologias, modelos mentais, enquadramentos e relações sociais são refletidos e moldados pelo uso da linguagem.

Enquanto a ACD busca desvelar as maneiras pelas quais o discurso contribui para a manutenção ou transformação de relações de poder, a APD enfoca os aspectos construtivos e afirmativos do discurso, destacando como ele pode promover mudanças sociais positivas. Quando combinadas com a Linguística Cognitiva, essas abordagens permitem uma compreensão mais profunda dos processos mentais subjacentes à produção e interpretação de discursos, especialmente no contexto da Emergência Climática.

2.1 Análise Crítica do Discurso, Análise Positiva do Discurso e Linguística Cognitiva: relações possíveis em contextos discursivos de Emergência Climática

A questão das alterações climáticas, pela sua natureza muito complexa e interseccional, envolve uma panóplia de domínios científicos. No caso de nossa pesquisa, propomos o diálogo entre a Linguística Cognitiva, a Análise Crítica do Discurso e a Análise Positiva do Discurso, três abordagens distintas, mas complementares, para compreender algumas nuances do discurso de ativismo climático em redes sociais.

Sob tais enfoques teóricos o discurso é vinculado à construção e disseminação de ideologias e poder (Fairclough, 2001; van Dijk, 2008, 2010); portanto, considerando como os jovens ativistas propagam seus ideais de enfrentamento de discursos homogênicos que têm, até então, corroborado para a emergência climática com a qual lidamos atualmente, é fundamental termos em mente as relações de poder envolvidas nesses discursos. Ou ainda

conforme Martin (2004), um dos precursores da APD, como o poder é materializado através da linguagem e a quais interesses serve.

Na definição de Stibbe (2015, p. 22, tradução nossa), “discursos são formas padronizadas pelas quais grupos específicos da sociedade usam a linguagem, imagens e outras formas de representação”. Já pelas palavras de Fairclough (2003, p. 124, tradução nossa),

[o]s discursos não apenas representam o mundo como ele é (ou como parece ser visto), eles também são... imaginários, representando mundos possíveis, diferentes do mundo real, e vinculados a projetos para mudar o mundo em direções específicas.

Por este viés, no contexto da Emergência Climática, de um lado destacam-se discursos negacionistas, ou em prol de um crescimento econômico e do favorecimento de determinados grupos e classes sociais e, de outro, ativistas e discursos contra a manutenção das práticas de produção e consumo nos moldes industriais como as conhecemos. O modo de produção capitalista, mais especificamente após a Revolução Industrial com sua crescente dependência de combustíveis fósseis, a exemplo do carvão e do petróleo, tem deteriorado a natureza e prejudicado ainda mais países historicamente explorados, em detrimento da produção de capital e lucro para países economicamente privilegiados, exploradores de recursos naturais e/ou aqueles que enriqueceram devido ao seu processo histórico de colonização.

Isso posto, a base teórica da ACD parte de uma “estrutura moral de cuidado, compaixão e empatia para com aqueles menos favorecidos” (Stibbe, *op. cit.*, p.191, tradução nossa). Por palavras de van Dijk (1993 *apud* Stibbe, p. 191),

[t]heir hope, if occasionally illusory, is change through critical understanding. Their perspective, if possible, is that of those who suffer most from dominance and inequality. Their critical targets are the power elites that enact, sustain, legitimate, condone or ignore social inequality and injustice. That is, one of the criteria of their work is solidarity with those who need it most. Their problems are real problems, that is, the serious problems that threaten the lives or well-being of many....⁷

7 A esperança deles [analistas críticos do discurso], embora ocasionalmente ilusória, é a mudança através da compreensão crítica. A perspectiva deles, se possível, é a daqueles que mais sofrem com o domínio e a desigualdade. Os seus alvos críticos são as elites do poder que

Ao tratarem da Análise do Discurso no contexto do discurso digital, Jones et al. (2015, p. 3-4) destacam que a AD é, primeiramente, um termo utilizado em uma grande variedade de contextos, que pode se referir a: propriedades formais de artefactos semióticos usados na construção de textos; à forma como as pessoas utilizam a língua e sistemas semióticos para realizar determinadas ‘tarefas’ ou atingir objetivos através de ações socialmente situadas; sistemas de conhecimento mais amplos, que atuam de forma a regular o que os sujeitos podem dizer, escrever, pensar.

Todavia, os autores (*op. cit.*) definem discurso de uma maneira mais ampla, sempre o relacionando a práticas sociais, com o papel de mantê-las, disseminá-las, reproduzi-las, afetando os possíveis significados que os indivíduos podem (re)construir, (re)significar, atuar, em meio a suas relações sociais.

São pontuados 4 elementos aos quais os analistas do discurso devem atentar-se: textos; contextos; ações e interações; poder e ideologia. Com isso em mente, sugerem que as abordagens ao se estudar o discurso partam do nível ‘micro’, ações específicas em contextos específicos, para o nível ‘macro’, ou seja, como os discursos agem de maneira a refletir, regular e perpetuar ordens sociais. De acordo com Jones et al. (2015, p. 31, tradução nossa),

[o]utra maneira pela qual a Análise do Discurso pode contribuir para nossa compreensão da qualidade reflexiva de textos digitais vem de sua capacidade de vincular as características discursivas dos textos e os comportamentos discursivos dos indivíduos a formações sociais, ideologias e relações de poder mais amplas.

É importante destacar como o discurso no contexto digital nos leva a repensar os próprios conceitos tradicionais de texto, contexto, interação e poder. Os autores supracitados (*ibid.*, p. 5) destacam que nesta nova realidade comunicativa, destaca-se um maior *agregado semiótico* (grifo nosso), ou seja, todo um aparato multimodal, que apresenta propriedades semióticas, semânticas e sintáticas estruturadas, com o intuito de (re)criar significados.

promulgam, sustentam, legitimam, toleram ou ignoram a desigualdade e a injustiça social. Ou seja, um dos critérios do seu trabalho é a solidariedade com quem mais precisa. Os seus problemas são problemas reais, isto é, os problemas graves que ameaçam a vida ou o bem-estar de muitos.... (tradução nossa).

Para fins de exemplificação, no caso do nosso estudo, a hashtag *#uprootthesystem*⁸ não é coincidentemente uma forma imperativa; como veremos mais adiante, a estratégia sintática juntamente ao possível mapeamento mental motivado pela expressão, assim como as imagens atreladas a ela, são ferramentas retóricas que visam incentivar o interlocutor a praticar ou rechaçar determinadas ações no plano social – aqui percebe-se claramente a conexão com a Teoria dos Atos de Fala (Austin, 1962; Searle, 1969), tratando-se de um ato de fala diretivo.

Ademais, defendemos que a relação entre discurso e cognição contribui de forma significativa para a compreensão dos processos cognitivos atrelados a aspectos culturais, partindo da premissa da ACD de que o discurso de um grupo é reflexo dos discursos individuais – e vice-versa (van Dijk, 2008).

Ainda conforme Lakoff & Johnson (1980), o sistema de valores individuais/subjetivos tende a ser coerente com as metáforas difundidas na(s) cultura(s) de massa nas quais estamos inseridos e nos contextos sociais aos quais pertencemos; somos sujeitos historicamente situados. Por esta razão, a relação entre a LC e ACD fica ainda mais evidente, quando a cada dia as mídias digitais disseminam discursos que moldam os discursos públicos, tanto dos mais leigos quanto daqueles com maior conhecimento de determinado tema.

Martin (2004, p. 182) reitera que a ACD traz uma imensa contribuição “em contextos onde as desigualdades de geração, gênero, etnia e classe deturpam a humanidade.” Tendo em vista que a ACD é essencialmente política e trabalha em prol de mudanças sociais, ela atua de forma a desvendar as formas de poder e discriminação mediadas através dos discursos; portanto, o autor avança assim para a Análise Positiva do Discurso (APD), orientada pela desconstrução de retóricas de dominação e poder, a favor de discursos que promovam ações sociais construtivas e emancipatórias.

Entendidas como complementares, ambas a ACD quanto a APD reconhecem a política como influenciadora de escolhas linguísticas microssemióticas, levando os estudos linguísticos para o nível social,

8 O estudo da hashtag será aprofundado no capítulo de Análise de Dados.

transgredindo as fronteiras que isolam a linguagem da ideologia, e expondo as relações de poder intrínsecas nas linguagens naturalizadas em nossas relações sociolinguísticas.

I prefer theoretical complementarity to contradiction, and evolutionary as opposed to revolutionary rhetoric, so want to be understood as flagging a yin/yang perspective here — deconstructive and constructive activity are both required. But we need to consider just how much work remains to be done studying the subversion of power and developing understandings which can energise social change. I do suggest that the main focus of CDA work has been on hegemony — on exposing power as it naturalises itself in discourse and thus feeling in some sense part of the struggle against it (*ibid.*, p. 183).⁹

Por conseguinte, ao minuciar ainda mais a ACD, Abbamonte (2022, p. 57) apresenta um resumo das principais ideias legitimadas por Fairclough. Por esta perspectiva, o discurso é percebido como uma semiose, um elemento essencial dos processos sociais dialeticamente relacionados a outros elementos (Harvey, 1996 *apud* Abbamonte, *op. cit.*). O autor resume alguns dos conceitos principais sob o viés de discursos como formas de representação; gêneros como forma de ação, interação e relação social; e estilos como identidades ou modos de ser.

(...) O foco de análise são as relações entre o discurso e outros elementos do processo social - que envolve a análise do discurso dentro da pesquisa transdisciplinar.

(...) uma parte da análise textual é a “análise interdiscursiva” – como discursos, gêneros e estilos são articulados em textos; a outra é a linguística e outras formas de análise semiótica.

(...) A mudança social pode ser vista como mudanças nas fronteiras e relações entre práticas sociais e estruturas sociais. A mudança social é, em parte, uma mudança no discurso.

(...) As mudanças nos textos, e as mudanças a longo prazo nas ordens do discurso, podem ser vistas como mudanças e articulações nos discursos, gêneros e estilos; Mudanças no discurso como parte da mudança social envolvem a “recontextualização” de discursos (...) incluindo o hibridismo interdiscursivo” (Abbamonte, *op.cit.*, p. 57-59, tradução nossa).

9 Prefiro a complementaridade teórica à contradição, e a retórica evolucionária em oposição à revolucionária, por isso quero sinalizar aqui uma perspectiva yin/yang – ambas como atividades necessárias desconstrutivas e construtivas. Mas precisamos considerar quanto trabalho ainda falta ser feito no estudo da subversão do poder e no desenvolvimento da compreensão de como podemos dinamizar a mudança social. Sugiro que o foco principal da ACD tem sido a hegemonia – expondo o poder à medida que ele se naturaliza no discurso e, assim, sentindo-se de alguma forma parte da luta contra ele (tradução nossa).

Com este enfoque em mente, muitas pesquisas já têm registrado um crescimento da conscientização dos sujeitos acerca de questões ambientais, e sua relação com a qualidade de vida e hábitos diários (Schmidt; Delicado, 2014; Areia et al., 2019; Schmidt et al., 2018). Isso também nos instiga a refletir sobre até que ponto o discurso digital influencia esta dinâmica, em outras palavras, como alguns processos cognitivos contribuem para a (re)significação de ideologias e valores nas esferas sociais e políticas, moldando e (re)construindo a opinião pública e suas ações em níveis macro e micro. Stibbe (2015) também reforça que nossos modelos mentais influenciam nosso comportamento, estando no cerne dos desafios que enfrentamos atualmente no que diz respeito a problemas ambientais:

[h]á certas histórias importantes sobre o crescimento econômico, o progresso tecnológico, a natureza como um objeto a ser usado ou conquistado, sobre o lucro e o sucesso, que têm implicações profundas na forma como tratamos os sistemas dos quais a vida depende (Stibbe, 2015, p. 2, tradução nossa).

Portanto, é inegável que nossas construções cognitivas fazem parte de um construto dialógico entre nossa subjetividade enquanto sujeitos consumidores e históricos, também coparticipantes dos processos que afetam as mudanças climáticas em nosso planeta. O autor postula que (*ibid.*, p. 2):

The link between ecology and language is that how humans treat each other and the natural world is influenced by our thoughts, concepts, ideas, ideologies and worldviews, and these in turn are shaped through language. It is through language that economic systems are built, and when those systems are seen to lead to immense suffering and ecological destruction, it is through language that they are resisted and new forms of economy brought into being. It is through language that consumerist identities are built and lives orientated towards accumulation, and it is through language that consumerism is resisted (...).¹⁰

Alguns estudos metafóricos em Linguística Cognitiva têm apontado domínios-fonte de cunho negativista, catastrófico e apocalíptico – a exemplo de

10 A ligação entre a ecologia e a linguagem corresponde à forma como os humanos tratam uns aos outros e como o mundo natural é influenciada pelos nossos pensamentos, conceitos, ideias, ideologias e visões de mundo, e estes, por sua vez, são moldados através da linguagem. É através da linguagem que os sistemas econômicos são construídos, e quando se nota que esses sistemas conduzem a imenso sofrimento e destruição ecológica, é através da linguagem que eles resistem e novas formas de economia são criadas. É através da linguagem que as identidades consumistas são construídas e as vidas são orientadas para a acumulação, e é através da linguagem que o consumismo resiste (...) (tradução nossa).

GUERRA e CORRIDA «contra o tempo» (Negrea-Busuioc, 2017), e MONSTRO, ESCURIDÃO e FOGO (Ribeiro; Almeida, 2023) – como representações conceituais da EC.

Todavia, é observado nos discursos de jovens ativistas nas redes sociais uma mudança deste paradigma para uma perspectiva mais otimista. Este novo modelo de ativismo advoga por mudanças urgentes e radicais, visando o desenvolvimento de hábitos e políticas públicas mais conscientes e sustentáveis, rompendo com a visão apocalíptica da crise climática e propondo novas formas de interação homem *versus* natureza. Por esta razão, os paradigmas propostos pela ACD e APD trazem perspectivas de compreensão destas novas narrativas de forma mais emancipatória do que catastrófica.

A partir destas noções, é fundamental abordarmos também o dialogismo e o interdiscurso no contexto digital que, aparados pelas estratégias multimodais e no *status* do texto enquanto um objeto compartilhado socialmente com muito mais rapidez, apresentam-se de forma muito mais dinâmica do que nos textos escritos convencionais;¹¹ consequentemente, as práticas interdiscursivas tendem a ser mais complexas, inovadoras e híbridas, cujas relações se estabelecem a partir da interconexão e interdependência.

Conforme van Dijk (2008), o discurso midiático relaciona-se a diversos outros discursos-fonte, ou seja, a intertextualidade torna-se então uma condição muito importante para a criação de sentido de um determinado discurso. Vale a pena também destacar que Martin (2004, p.185), ao defender a interconexão entre a ACD e a APD, destaca também a emergência de novos gêneros discursivos como agentes de transformação social – no caso deste trabalho, destacamos os gêneros digitais.

A partir deste modelo teórico, a sociocognição entende que o discurso (re)constrói o mundo de uma maneira individual, subjetiva e dialógica, dependendo dos propósitos dos interlocutores, dos contextos específicos e dos atos comunicativos; ou seja, o discurso direciona a atenção dos interlocutores

11 (...) assim como todos os textos são, até certo ponto, intertextuais, eles também são, até certo ponto, dialógicos, na medida em que respondem a textos anteriores e criam as condições para textos subsequentes (Bakhtin, 1981). A diferença em relação aos textos das novas mídias é que esse dialogismo é muito mais dinâmico do que com os textos escritos convencionais (Jones, H. et al., 2015, p. 7, tradução nossa).

para os aspectos que lhes interessam em termos socioideológicos. Neste cenário os estudos cognitivos críticos coincidem com a ACD e a APD, ou seja, a ideia de que o discurso representa e exerce um papel dialógico a partir e através de um ponto de vista ideológico. Reiterando este postulado, citamos Romano & Porto (2022, p. 154):

The idea that language construes the world in a particular way, depending on speakers/writers' purpose, interlocutors, the specific context of communicative act, and so on., that is therefore, provides different ways of directing attention to certain aspects of what we are talking about or ideological viewpoints (...), a tenet that coincides with one of CDA's basic claims that the idea of representation in discourse is always related to representation from some ideological point of view.¹²

Assim, van Dijk (2008) relaciona a ideia de contexto à sua teoria de modelos mentais, ou seja, representações subjetivas dos sujeitos em situações comunicativas. O autor reforça que não são as situações sociais por elas próprias que influenciam o uso da linguagem e do discurso; é a interface mental subjetiva dos participantes, sua estrutura cognitiva, o fator que monitora a produção e compreensão do discurso em contexto. Também é acentuado que as abordagens tradicionais, a exemplo da AD, da Sociolinguística e dos Estudos Críticos do Discurso, não dão conta da relação entre discurso e cognição, deixando esta interface ainda incompleta.

Mesmo com inúmeros estudos acerca da interconexão entre língua, discurso e sociedade e a assunção do discurso como prática social, existe ainda um lapso teórico no que diz respeito às relações entre os estudos da cognição e das práticas discursivas. Por esta razão, van Dijk (*op. cit.*) defende uma teoria social do discurso, relacionando estruturas discursivas a estruturas sociais, considerando seus vários componentes cognitivos compartilhados (conhecimento, ideologias, normas, valores, entre outros).

12 A ideia de que a linguagem constrói o mundo de uma maneira particular, dependendo do propósito dos falantes/escritores, dos interlocutores, do contexto específico do ato comunicativo, e assim por diante, fornece diferentes maneiras de direcionar a atenção para certos aspectos do que estamos falando ou pontos de vista ideológicos (...), um princípio que coincide com uma das premissas básicas da ACD de que a ideia de representação no discurso está sempre relacionada com a representação de algum ponto de vista ideológico (tradução nossa).

O pesquisador ainda define esta abordagem como sociocognitiva, tendo como principal objetivo integrar as abordagens sociais e cognitivas às produções de texto e discurso, a partir de um enquadramento teórico coerente: “(...) falar não é apenas uma prática social, mas também uma prática mental – falar é ao mesmo tempo pensamento e ação” (van Dijk, 2008, p. 23, tradução nossa). Esta abordagem também dialoga com a Pragmática Linguística, a ser tratada mais adiante.

Consoante Aquino et al. (2019, p. 121), relativamente a teorias cognitivistas, entendemos que os preceitos da LC estabelecem várias conexões entre a perspectiva funcionalista sobre a relação entre cognição, linguagem e operações mentais, além da elaboração mental e processos de significação baseados em experiências corporais e sociais. Sob esta ótica, no que tange à investigação entre textos e discursos,

(...) resta-nos a posição de natureza funcionalista que consegue integrar aspectos da mente humana, como geradora de conhecimento, com a cultura, a sociedade e a experiência, como provedores informacionais relevantes numa postura integrativa dos diversos sistemas cognitivos (Marcuschi, 2007, p. 34).

Com isso em mente, destacamos a orientação deste trabalho à ACD em diálogo com a APD, considerando o postulado por Bartlett (2018), quando aponta o encorajamento e a reorientação ao pensamento discursivo crítico, considerando como os sujeitos podem intervir no mundo visando a transformações positivas. O referido autor (p. 133) ressalta que o termo APD pode ser ambivalente pois orientações positivas do discurso podem assumir muitos outros rótulos: “análise do discurso engajada, análise do discurso aplicada, Análise do Discurso Consultivo Público e ACD intervencionista” (tradução nossa).

Entretanto, é defendido que *toda* ACD é positiva (grifo do autor), uma vez que para se promover mudanças para algo melhor, a crítica é essencialmente necessária. Ainda sob tal enfoque Luke (2002, p. 98) destaca que a ACD deve “marcar o uso *positivo* do poder (grifo nosso) diante de situações globais, indo além da crítica ideológica, e documentando ‘outras’ formas de texto e discurso – subalternos, diaspóricos, emancipatórios, locais,

minoritários (...)" (tradução nossa). Sob tal viés (Barlett, *op. cit.*, p. 135) questiona:

(...) does the analysis of "positive and productive" texts, without a consideration of whether and how they are taken up by their audiences, similarly assume that the general populace are objects, if not victims, of ideological interpellation? Under what conditions are these positive discourses favourably and productively received by the minority groups they are supposed to be re-enfranchising? Moreover, is getting an oppressed minority on board a sufficient objective without also considering the extent to which alternative discourses have the potential to alter the status quo?¹³

Tentaremos discutir alguns destes questionamentos ao longo desta pesquisa, tendo em vista que as perspectivas aqui postas em diálogo (LC, AD, ACD e APD) podem nos dar ferramentas de observação e análise de textos e discursos que moldam nossas perspectivas socioideológicas. Barlett (*ibid.*) sugere, assim, que a APD pode ampliar a ACD, não apenas como uma subárea, mas como uma nova forma de orientação do olhar do analista. Logo, como proposto por Stibbe (2014, p. 124), em ACD o termo 'crítica' não implica que a AD deva 'ser negativa'; o autor, outrossim, defende que "propor alternativas para uma determinada problemática é também parte de ser crítico" (tradução nossa).

Em Ecolinguística, no contexto de discursos em diálogo com a ACD e a APD, Stibbe (2015, p.2) argumenta: "eles [os discursos] incentivam as pessoas a destruir ou a proteger os ecossistemas dos quais a vida depende? Se forem destrutivos, então precisam ser combatidos e, se forem benéficos, precisam ser promovidos" (tradução nossa).

Assim como o referido autor, propomos aqui ir além da crítica de discursos destrutivos ou ambivalentes, mas também visar aqueles que motivam as pessoas a protegerem a natureza, os sistemas que dão sustentação à vida. Stibbe (*op. cit.*, p. 30) os define como "discursos benéficos" (tradução nossa), e

13 (...) a análise de textos "positivos e produtivos", sem considerar se e como são acolhidos pelos seus públicos, assume igualmente que a população em geral é objeto, se não vítima, de interpelação ideológica? Sob que condições estes discursos positivos são recebidos de forma favorável e produtiva pelos grupos minoritários que supostamente deveriam reconquistar? Além disso, será que conseguir a adesão de uma minoria oprimida é um objetivo suficiente sem considerar também até que ponto os discursos alternativos têm o potencial de alterar o status quo? (tradução nossa)

os defende como promotores de formas alternativas de contar e compreender o mundo, em detrimento de discursos destrutivos da sustentabilidade, até então dominantes em nosso sistema cognitivo por seu caráter intrínseco ao sistema de consumo do qual somos parte. Para o pesquisador (*op. cit.*), apenas quando incorporamos discursos benéficos aos discursos dominantes, podemos começar a impactar as histórias pelas quais vivemos.

Clearly though, the overwhelming majority of work in Critical Discourse Analysis is about raising awareness of how discourses can lead to oppression and exploitation. Its purpose is, on the whole, empowering people to resist the discourses that oppress them. The term Positive Discourse Analysis is helpful in emphasising the importance of the search for beneficial discourses which are useful in facing contemporary challenges (Stibbe, 2015, p.31).¹⁴

Desta forma, salientamos as atuações subjetivas e complementares do ativista e do acadêmico, quando o analista linguístico se mostra sensível – consequentemente, não neutro – aos textos examinados e à operacionalização das relações entre discurso e poder (Rogers, 2012). A autora advoga pela combinação da ACD e da APD adotando o termo *Positive Critical Discourse Analysis* (PCDA) como desenvolvimento da conscientização e do ativismo crescente através de ações coletivas.

Fahart (2015 *apud* Barlett 2018, p. 144) também reitera que na academia muitos estudos são descritivos e críticos, todavia, raramente intervencionistas; logo, a partir do olhar crítico e disruptivo dos processos de enquadramento pela perspectiva da ACD, a nomenclatura *PCDA*

[...] adiciona uma variável ao que pode ser considerado o "P" da APD: a incorporação da própria comunidade de sujeitos em todos os aspectos da análise e circulação dos discursos, bem como na formulação e promulgação de contradiscursos (Rogers, 2012, p. 20, tradução nossa).

Em suma, partindo das premissas até então discutidas, entendemos a ACD e a APD como abordagens capazes de abarcar diversos aspectos dos

14 É evidente, porém, que a esmagadora maioria do trabalho em Análise Crítica do Discurso trata de aumentar a consciência de como os discursos podem levar à opressão e à exploração. O seu objetivo é, no geral, capacitar as pessoas para resistirem aos discursos que as oprimem. O termo Análise Positiva do Discurso é útil para enfatizar a importância da busca por discursos benéficos que sejam úteis no enfrentamento dos desafios contemporâneos (tradução nossa).

Estudos Críticos do Discurso. Com nossa proposta compósita, tendo como referência a militância juvenil no contexto da crise climática, assim como Abbamonte (2018), tratamos da então chamada ‘heteroglossia’ ou polifonia, ou seja, a presença de diferentes vozes em prol de uma causa comum. Alicerçados na transdisciplinaridade deste estudo, não somente a juventude como as diversas camadas da sociedade são convidadas à reflexão e à tomada de ações através do diálogo com diferentes públicos, a fim da promoção da cooperação pela sustentabilidade ambiental.

Logo, o próximo tópico deste trabalho dará ênfase ao papel do contexto nas práticas sociodiscursivas, considerando a teoria dos modelos mentais de van Dijk (2008), ressaltando, como defendido pelo autor, a crucial interface entre a LG e a ACD.

2.2O contexto em Análise Crítica do Discurso e Linguística Cognitiva

Ao tratarmos da ACD não podemos deixar de lado a noção básica e primordial de contexto. É através do contexto de comunicação que o analista do discurso pode estudar elementos socialmente situados, considerando inúmeros aspectos temporais, espaciais, culturais, situacionais e cognitivos, compreendendo os sujeitos como os atores sociais que atuam no mundo e ressignificam suas realidades linguisticamente, em um processo denominado ressemiotização (Jones et al., 2015).

Entretanto, ressalta-se que o discurso digital, aparado pelos artefactos tecnológicos, tem transformado a noção de contexto muito mais complexa, uma vez que nossa experiência espaço-temporal é a todo tempo modificada. Através da tecnologia, podemos ao mesmo tempo participar de atividades síncronas e assíncronas, e o fluxo de informações, antes restrito, agora é global, culturalmente fluido e multicultural, sem limites temporais e espaciais.

Por esta razão, um dos maiores desafios do analista do discurso consiste em desenvolver metodologias envolvendo os critérios de análise da ACD (contexto, relações sociais, ideologia, significados e identidade) à medida que transitam por esta fluidez e velocidade com as quais os textos digitais e

multimodais são produzidos, ora observando os contextos ‘físicos’, ora os ‘virtuais’.

Just as intertextuality and multimodality are defining features of digitally mediated discourse, so is recontextualization (Bauman and Briggs, 1990). Much of the way we craft our texts and utterances depends on how we take account the contexts in which they will be interpreted (...). The complex overlapping and interrelated networks of contexts that digital technologies have created makes it much more difficult to maintain contextual integrity (Jones et al., 2015, p. 9).¹⁵

Em ACD, o analista, além da estrutura e significado, busca compreender/interpretar como o sujeito faz uso cotidiano dos textos para realizar ações sociais. Entretanto, o convém destacar neste trabalho consiste no fato que as tecnologias digitais enquanto ferramentas culturais nem sempre estão atreladas a um contexto ‘estático’, uma vez que o discurso digital permite que os usuários das redes adaptem, modifiquem, ou seja, se apropriem de determinados discursos em contextos diferentes cujas representações podem ser rapidamente (re)significadas, conforme as suas diferentes realidades – ou até onde as ferramentas tecnológicas os permitem fazer/atuar.

Portanto, no contexto digital, a interação é percebida como uma ‘ação conjunta’ de pessoas que se engajam para criar seus ‘mundos sociais’ em ambientes virtuais, servindo assim as redes para a construção e manutenção de comunidades que compartilham práticas sociais a partir de suas próprias ‘versões da realidade’ ou ideologias (*op. cit.*, p. 13).

Para van Dijk (2008), o contexto se refere a fenômenos que não podem ser estudados isoladamente, mas sempre sob a influência de aspectos temporais, geográficos, históricos, socioculturais, ou seja, em contextos e meios organizados socialmente, cujo escopo deve ser limitado a situações como um período específico, país e/ou cultura.

Em seu texto *Towards a new, multidisciplinary theory of context* (*ibid.*, p. 15) o autor propõe um enquadramento para a identificação e estudo do

15 Assim como a intertextualidade e a multimodalidade são características definidoras do discurso mediado digitalmente, a recontextualização também o é (Bauman; Briggs, 1990). Muitas vezes, a forma como elaboramos nossos textos e enunciados depende de como levamos em conta os contextos nos quais eles serão interpretados (...). As complexas redes de contexto criadas pelas tecnologias digitais, sobrepostas e interligadas, tornam muito mais difícil manter a integridade contextual (tradução nossa).

contexto, relacionando língua, discurso, interação, cognição, sociedade, política e cultura. Assim, considerando a relação entre a ACD e a LC, citaremos alguns dos pontos-chave defendidos pelo referido autor (*ibid.*, p. 16-23) para a compreensão de contexto a partir deste viés.

Primeiramente, o contexto é percebido como construções subjetivas dos participantes do ato enunciativo. A situação comunicativa consiste em um construto social, e a subjetividade dos participantes definirá como os mesmo interpretam determinado discurso, tornando cada contexto único, incorporado às experiências de percepção, conhecimento, perspectivas, opiniões e emoções dos sujeitos envolvidos.

Desta forma, os contextos são entendidos como *modelos mentais* cujas propriedades consistem em modelos episódicos de memória, autobiográficos, responsáveis pela produção e compreensão dos discursos, também chamados de *modelos de experiência*: “(...) este modelo de experiência que não somente representa subjetivamente o indivíduo e o ambiente de seres humanos conscientes, mas também controla suas ações atuais (...)” (*idem, ibid.*, p. 16, tradução nossa).

Dando prosseguimento à sua teoria de modelos mentais, van Dijk (*ibid.*, p 16-17) afirma que todo contexto é esquemático. Os modelos mentais baseiam-se em esquemas compartilhados socioculturalmente, e por esta razão permitem aos participantes a interpretação dos contextos. Sem estes esquemas culturais, seria impossível para o indivíduo compreender, representar e atualizar-se diante dos contextos em tempo real, levando em consideração categorias como tempo, lugar, participantes, com seus devidos papéis, identidades, conhecimentos, ações e objetivos.

Assim, são os contextos que determinam tanto a produção como a interpretação dos discursos, e sua base cognitiva está justamente nos modelos mentais compartilhados pelos participantes do ato de enunciação; nas palavras do autor (*ibid.*, p. 17, tradução nossa), “(...) cognições sociais (conhecimentos, atitudes, ideologias, gramática, regras, normas e valores) de uma comunidade discursiva” presumem que os atores sociais compartilham de um terreno comum (*a common ground*): o contexto, ao mesmo tempo, pessoal e social. No

caso de nosso *corpus* de hashtags e posts, destacamos também o dinamismo dos contextos digitais que, por sua própria natureza, são mais rapidamente atualizados e adaptados às situações de interação online.

Com isso em mente, ressaltamos que as estratégias comunicativas, de acordo com van Dijk (*ibid.*, p. 18) são planejadas, baseadas em antecipações das possíveis respostas do público-alvo e dos objetivos intentados. Este planejamento e antecipação do ato enunciativo só é possível devido aos modelos mentais, esquemas e categorias acumulados pelos sujeitos a partir de memórias e atos comunicativos, ou seja, o conhecimento culturalmente partilhado.

Ao falarmos em Pragmática Discursiva, o supracitado autor cita, por exemplo, como os usuários de uma determinada língua adaptam seus discursos aos meios socioculturais e cognitivos, a fim de atingirem seus objetivos através do discurso – o que nos remete à Teoria dos Atos de Fala (Austin, 1962; Searle, 1969). Portanto, a análise contextual está também intrinsecamente ligada à abordagem pragmática (Ribeiro, 2015).

Já que nossa análise de dados pretende examinar *corpora* de diferentes gêneros interrelacionados, citamos também a correlação entre gênero e contexto. Assim como gêneros textuais são classificados em muitos tipos, acontece também com o contexto; em outras palavras, a classificação dos gêneros depende profundamente dos contextos em que ocorrem.

van Dijk (*op. cit.*) corrobora que práticas sociais e eventos comunicativos podem ser classificados de diversas formas, por exemplo, em termos de esferas (pública e privada), modos semióticos (língua falada e escrita, multimídias), domínios sociais (política, mídias, educação), instituições e/ou organizações (parlamento, universidade), papéis dos participantes e suas relações (médico-paciente, Primeiro-ministro-Membros do Parlamento), objetivos, (inter)relações, entre outros domínios.

Mais adiante, na análise de dados, optamos pela classificação dos dados – aqui entendidos como práticas sociocomunicativas – de acordo com seus domínios semânticos, que, em conformidade com van Dijk (*op. cit.* p. 22,

tradução nossa), “organizam tomadas de decisões coletivas, ação e controle”, constituindo “um reino simbólico para a troca de conhecimentos e crenças.”

Síntese

No capítulo 2 discutimos a integração da Análise Crítica do Discurso (ACD), da Análise Positiva do Discurso (APD) e da Linguística Cognitiva (LC) visando destacar nuances interdiscursivas e dialógicas do ativismo climático nas redes sociais. Ratificamos que o discurso é fundamental na construção e disseminação de ideologias e poder, influenciando processos cognitivos e sociais que moldam a opinião pública e ações individuais.

Ao analisar como jovens ativistas utilizam estratégias discursivas e multimodais para promover mudanças sociais e ambientais, destacamos também a importância do enfoque teórico da Ecolinguística no que diz respeito à promoção de discursos benéficos e emancipatórios que rompem com narrativas catastróficas, incentivando práticas sustentáveis. Assim, a combinação da ACD, da APD e da LC, apoiada na Ecolinguística, permite não apenas criticar estruturas de poder, mas também promover alternativas positivas para enfrentar os desafios climáticos, enfatizando a necessidade da ação coletiva e a reconfiguração de ideologias através da linguagem.

Também ressaltamos a importância do contexto em ACD, envolvendo aspectos sociais, temporais, espaciais e culturais que influenciam a interpretação do discurso. No ambiente digital, essa noção se torna ainda mais complexa devido à fluidez e globalização das interações, que podem ocorrer simultaneamente de forma síncrona e assíncrona. O contexto é então compreendido como uma construção subjetiva, baseada em modelos mentais e esquemas socioculturais compartilhados, que guiam tanto a produção, a interpretação e a resignificação do discurso.

Capítulo 3 – Linguística Cognitiva: processos de enquadramentos discursivos sobre a crise do clima

O presente capítulo abordará nuances da Linguística Cognitiva mais especificamente, uma vez que trabalharemos com a Semântica de Frames, cujo enfoque se estabelece no entendimento de como experiências empíricas e conhecimentos são organizados em estruturas mentais, ou frames. O conceito de *framing*, ou enquadramento, especialmente no contexto da Emergência Climática, é crucial para entendermos como essa questão é apresentada e percebida pela sociedade.

Apresentamos também o Projeto FrameNet, que cataloga e analisa diferentes frames, como base para explorar e defender a Emergência Climática como um novo frame cognitivo. Este novo enquadramento pode ser visto como um mecanismo para redefinir e amplificar a urgência da crise ambiental, moldando as narrativas públicas e influenciando políticas e ações sociais. Além disso, a metáfora e a metáfora conceitual, conforme exploradas na Linguística Cognitiva, desempenham um papel significativo ao fornecer formas de conceitualizar e comunicar a gravidade da crise climática. Essas metáforas podem facilitar diálogos mais eficazes sobre a Emergência Climática, conectando-a a experiências cotidianas e promovendo uma maior conscientização e engajamento.

3.1 Semântica de Frames

Nos estudos contemporâneos da Linguística, uma das áreas que corroboram a compreensão dos processos de representação metafórica da realidade consiste na Semântica dos Frames. Kövecses (2006, p. 64), na senda de Fillmore (1977), define frame como “uma representação mental estruturada de uma categoria conceitual” sendo, portanto, entendido como a representação mental compartilhada de padrões culturais. Ainda conforme Charteris-Black (2019, p. 16-17),

[w]hen something is continually represented in the same way so that it becomes the established way of thinking about something, it creates a frame, a noun; a socially shared perspective on something (...). “Framing” means drawing an attention to, or raising awareness of, selective aspects of a particular entity or situation thereby introducing some form of cognitive bias. (...) Over the time the action of framing produces a result, a frame. i.e. a noun (also known as a schema) that is a perspective that arises when things are constantly described in the same way. A frame arises from past experience on which participants rely when understanding situations. It is a conceptual structure derived from previous representations that allows us to understand a previous situation better and serves as a filter for future interpretation of similar situations.¹⁶

Nesta perspectiva, o frame diz respeito a um sistema de conceitos, cuja compreensão depende de toda a estrutura na qual se insere; quando uma determinada estrutura conceitual emerge em um cenário comunicativo contextualizado, representações são ativadas a partir de nossas experiências anteriores, contribuindo para o processo cognitivo de interpretação e compreensão de situações, conceitos, scripts e eventos. Pelo viés da Semântica de Frames, nossas experiências culturais e experienciais moldam enquadres sociocognitivos, o que irá definir nossa percepção de uma dada cena ou situação, ou seja, do que entendemos enquanto ‘realidade’, ‘falso’, ‘verdadeiro’, ‘bom’, ‘mal’, ou seja, nosso sistema de valores e ‘verdades’ e nossa atuação no mundo.¹⁷

Reforçando tal perspectiva, trazemos também a concepção de frame defendida por Stibbe (2015). De acordo com o autor, há muitos termos relacionados a este viés teórico como *schemata*, *modelos cognitivos idealizados* e *scripts*, muitas vezes utilizados com o mesmo sentido de frame, e

16 [q]uando algo é continuamente representado da mesma forma, de modo que se torna a forma estabelecida de se pensar sobre algo, cria-se um frame, um nome; uma perspectiva socialmente compartilhada sobre algo (...). “Framing” significa chamar a atenção ou aumentar a conscientização sobre aspectos seletivos de uma determinada entidade ou situação, introduzindo assim alguma forma pelo viés cognitivo. (...) Com o passar do tempo, a ação de enquadramento – ou seja, o processo de framing – produz um resultado, um frame, por exemplo, um nome (também conhecido como um “esquema” ou “enquadre”), consistindo em uma perspectiva que surge quando as coisas são constantemente descritas da mesma maneira. Um frame surge de experiências passadas das quais os participantes dependem para entender as situações. É uma estrutura conceitual derivada de representações anteriores que nos permite entender melhor uma situação prévia e serve como filtro para interpretações futuras de situações semelhantes (tradução nossa).

17 Fillmore (1977) traz também a noção de frame de caso (“case frame”), que diz respeito às cenas ou situações abstratas cuja semântica de um verbo será definida a partir das propriedades da cena ou da valência dos verbos (“gramática de casos”). Todavia, para esta pesquisa, a perspectiva adotada é inclinada à primeira.

tais definições simplificam e agrupam uma gama de definições e terminologias. De forma objetiva, o pesquisador defende que:

[a] frame is a story about an area of life that is brought to mind by particular trigger words. Framing is the use of a story from one area of life (a frame) to structure how another area of life is conceptualised. Reframing is the act of framing a concept in a way that is different from its typical framing in a culture (Stibbe, 2015, p. 47).¹⁸

É importante salientar que a Semântica dos Frames se relaciona diretamente com a teoria dos protótipos, já que estes tratam das nossas representações mentais abstratas ou “estruturas variáveis criadas em tempo real num determinado contexto situacional” (Cardoso, 2016, p. 19). Para que nossa experiência cognitiva se realize através de domínios cognitivos, é preciso que façamos categorizações baseadas em protótipos. Em outras palavras, nossos domínios cognitivos resultam de mapeamentos mentais/conceituais, a partir de projeções e analogias, o que van Dijk (2010, p. 171) definiu como ‘modelos mentais’:

(...) esta parte no visible está configurada en forma de una enorme red de conceptos y proposiciones construidos sobre la base de nuestro conocimiento. Una de las nociones fundamentales que hemos acuñado para rendir cuenta de este fenómeno, así como de otros muchos aspectos del procesamiento del discurso, es la de modelo mental.¹⁹

Desta forma, o frame é compreendido a partir do léxico e das relações das palavras em contexto, ou seja, das ULs. Em conformidade com Blanco-Carrión (2006), itens lexicais são compreendidos como palavras isoladas, nomes compostos, expressões idiomáticas e construções, tratados como construtos linguísticos que se referem a um determinado conceito que o falante

18 [um] frame consiste em uma história sobre uma área da vida trazida à mente por palavras-gatilho específicas. Enquadramento é o uso de uma história de uma área da vida (um enquadre) para estruturar como outra área da vida é conceituada. Reenquadrar é o ato de enquadrar um conceito de uma forma diferente do seu enquadramento típico numa determinada cultura (tradução nossa).

19 (...) esta parte não visível [do discurso] está configurada em forma de uma enorme rede de conceitos e proposições construídos a partir da base de nosso conhecimento. Uma das noções fundamentais que criamos para dar conta deste fenômeno, assim como de outros muitos aspectos do processamento do discurso, consiste na concepção de modelo mental (tradução nossa).

possui de algo. Ainda sob esta perspectiva de ULs, Fillmore (1977) também traz como exemplos situações quando o falante introduz um novo [material lexical] a uma determinada cena de interação; neste caso, ao suscitar uma determinada UL em um contexto específico de interação, o falante evoca o que Fillmore (*ibid.*) denomina ‘frame de correspondência.’

Ainda conforme Fillmore & Baker (2009), a aquisição subjetiva dos frames perpassa, além das vivências socioculturais, características físicas e visuais das relações humanas, a exemplo de experiências corpóreas, estágios do ciclo de vida, relação com a natureza, necessidades biológicas e emocionais. Ou seja, os sujeitos, como membros de comunidades linguísticas dialogicamente organizadas, respondem de maneira consciente ou inconsciente às realidades simbólicas sob as quais se organizam, como instituições, símbolos, comportamentos, valores culturais, posicionamentos políticos e ideológicos, desenvolvendo e partilhando conhecimentos sistemáticos acerca de sua(s) realidade(s) concretas, porém, subjetivas.

Palumbo et al. (2019) ressaltam que nossas performances cognitivas são ideologicamente orientadas por frames, conforme nossas experiências individuais, podendo variar conforme cada cultura, como, por exemplo, os papéis dos participantes em eventos socio comunicativos tais como reunião profissional, encontro entre amigos, restaurante, hospital, sala de aula, palestra, entre outros.

Em termos de discurso sociopolítico, que é nosso caso de investigação, e da defesa de Emergência_Climática enquanto frame, podemos nos respaldar no defendido por Lakoff (2004) quando destaca frames de natureza complexa, os quais podem moldar instituições políticas, cujas práticas, direta ou indiretamente, favorecem mudanças de ordem sociopolítica e opinião pública.

São os frames, os protótipos e nossos modelos mentais que irão determinar nosso domínio cognitivo, ou seja, as representações que fazemos de uma dada realidade ou conceito/ideia. Como postulado por Lakoff (2010), quando ouvimos uma palavra ou UL ativamos seu frame, todavia, a palavra isoladamente não consiste em um frame; são as condições de produção conjuntamente à palavra desencadeadora do frame – contexto de interação e

escolhas linguísticas – que ativarão os frames desejados pelos enunciadores. O autor cita, por exemplo, no caso da comunicação de fatos ou verdades utilizadas complexas, que a pessoa que os comunica deve escolher muito cuidadosamente as palavras, a fim de ativar os frames desejados para cada evento de comunicação.

One of the major results in the cognitive and brain sciences is that we think in terms of typically unconscious structures called “frames” (sometimes “schemas”). Frames include semantic roles, relations between roles, and relations to other frames (...). All thinking and talking involves “framing.” And since frames come in systems, a single word typically activates not only its defining frame, but also much of the system its defining frame is in (Lakoff, 2010, p. 71-72).²⁰

Nesta perspectiva, Lakoff (1987) definiu como Modelo Cognitivo Idealizado (MCI) o pressuposto de que não podemos entender o frame como representação fidedigna da realidade, mas sim como uma versão idealizada da mesma, resultante do processo de categorização. Este processo se dá a partir de outros elementos cognitivos estruturais, a exemplo das proposições, metáforas, metonímias, simbolismo e esquemas imagéticos. De acordo com Kövecses (2006), é justamente o frame que nos permite perceber a variação intercultural, uma vez que os membros de culturas diferentes interpretam a realidade de maneira diferente.

Fillmore (1977, p. 63) descreveu o frame como “qualquer sistema de escolhas linguísticas que podem ser associadas com instâncias prototípicas de cenários” (tradução nossa). Ao mesmo tempo em que cenas e escolhas linguísticas são ativadas mutualmente na mente do falante, os frames são associados em nossa memória com outros frames, a partir do conhecimento e repertório linguístico partilhado em nossas experiências sociocognitivas.

20 Um dos principais resultados nas ciências cognitivas e cerebrais é que pensamos em termos de estruturas tipicamente inconscientes chamadas “frames” (às vezes “esquemas”). Frames incluem papéis semânticos, relações entre papéis e relações com outros “frames” (...). Todo pensar e falar envolve o processo de “framing” ou “enquadramento”. E uma vez que os frames vêm em sistemas, uma única palavra normalmente ativa não apenas seu frame de definição, mas também grande parte do sistema em que seu frame se encontra (tradução nossa).

Assim, tendo em conta que a metáfora resulta da interação entre o falante e seu ambiente, a Semântica de Frames contribui para o mapeamento das relações entre as unidades lexicais presentes em determinadas cenas enunciativas, manifestando as possíveis realizações e compreensões metafóricas subjacentes. Vale a pena ressaltar que, no que diz respeito à linguagem figurada, os frames desencadeiam primeiramente metonímias (a exemplo de um elemento de frame em vez de outro). A metáfora situar-se-ia, então, em um segundo nível.

Todavia, vale observar que tal coerência não é sempre automática, pois nosso sistema cognitivo também pode construir metáforas e frames contraditórios, dependendo de nossas experiências individuais ou, como postula Fillmore (1985, p. 230), frames alternativos do mesmo conceito podem se manifestar, consoante a perspectiva veiculada pelo locutor. Tal é o caso de “sexta-feira” que, no calendário ocidental, segundo Lakoff (1987 *apud* Kövecses 2006, p. 65), pode ser perspectivada através do frame Superstição ou do frame Fim_de_semana, ou seja, o último dia de trabalho da semana que antecede o fim de semana. Portanto, Kövecses (*ibid.*) conclui que o significado de uma palavra depende do frame de conceitualização da mesma.

Destacamos que o frame tem sido estudado sob duas concepções distintas, embora relacionadas. A primeira, defendida por Fillmore (1977; 1985), por um viés microscópico, remete a situações ou eventos específicos. Este conceito surgiu como contraponto à abordagem estruturalista, que descrevia domínios lexicais seguindo padrões de relações entre palavras, recorrendo puramente à estrutura interna da língua.

Não obstante, a abordagem da Semântica de Frames e da Semântica da Compreensão de Fillmore busca descrever as relações lexicais em termos de sistemas conceituais subjacentes à língua, reconhecendo que categorias linguísticas – palavras, expressões, estruturas gramaticais e sintáticas – pressupõem uma compreensão estruturada de instituições culturais, crenças, experiências compartilhadas e padrões de pensamento e comportamento. Neste entendimento, os itens lexicais são percebidos como forma de discriminar, situar, classificar e/ou nomear funções ou estruturas conceituais.

Um exemplo prático de aplicação desta teoria consiste no projeto FrameNet, sobre o qual falaremos mais adiante.

Ainda sob a perspectiva de Fillmore (1977), quando um linguista explora os limites de uma palavra, o que se pretende é que façamos julgamentos não necessariamente provenientes de nosso próprio entendimento de determinada palavra, uma vez que este entendimento se baseia em nossa representação prototípica. O autor, em contrapartida, sugere que o sujeito faça julgamentos em termos de seu desejo de ampliação de um determinado frame, ou seja, de extensão de um frame até então associado a uma determinada cena ou situação familiar para uma situação nova, da qual ainda não possui uma ideia bem definida, ou para a qual ainda não existe um frame socialmente convencionado:

[the informant] is being asked to decide whether he is willing to create a new frame for the new scene using a given word from a different frame; or he-is being asked whether he has already confronted this problem and made a decision. This research is particularly tricky, since the linguist may be confronting the informant with a situation that is not personally meaningful for him, with a situation, that is, which does not call on the informant's actual communicating, expressive, or classifying needs (Fillmore, 1977, p. 69).²¹

Por esta razão, entendemos que este trabalho segue nesta direção: a expressão *Emergência Climática*, cujo uso tem vindo a aumentar, ainda não se encontra registrada na FrameNet. Portanto, nosso desafio consiste em compilar um *corpus* de dados sobre o ativismo climático, a fim de pressupor *Emergência_Climática* enquanto frame.

A segunda concepção de frame também relevante para esta pesquisa consiste em uma visão macroscópica, como a defendida por Scheufele (1999), Nisbet (2009) e Lakoff (2021), e põe em destaque que **o pensamento metafórico, por meio das suas realizações discursivas, impulsiona novas formas de ação** (grifo nosso). Portanto, a expressão *Emergência Climática*

21 [o informante] é solicitado a decidir se está disposto a criar um novo frame para a nova cena usando uma determinada palavra de um frame diferente; ou ele é questionado se já se deparou com esse problema e precisou tomar uma decisão. Esta pesquisa é particularmente complicada, uma vez que o linguista pode estar confrontando o informante com uma situação que não é pessoalmente significativa para ele, ou seja, com uma situação que não evoca suas necessidades reais de comunicação, expressão ou classificação (Fillmore, 1977, p. 69, tradução nossa).

pretende fazer emergir, de forma urgente, ações de mitigação das alterações climáticas por parte dos decisores políticos. Conforme Lakoff & Johnson (1980, 2003), ideologias políticas e econômicas são enquadradas em termos metafóricos e podem esconder aspectos da realidade, mas na área da política e da economia, as metáforas importam mais, pois restringem nossas vidas.

No que diz respeito ao processo de *framing* no contexto das alterações climáticas, devemos partir do postulado geral, defendido por Lakoff & Johnson ([2003] 1980, p. 61-65), de que a defesa de opinião de um locutor na nossa vida quotidiana se assenta fundamentalmente na metáfora estrutural UM ARGUMENTO RACIONAL É GUERRA: “[w]hether we are in a scientific, academic or legal setting, aspiring to the ideal of rational argument (...) the way we conceive of, carry out, and describe our arguments is grounded in the ARGUMENT IS WAR metaphor (*ibid.*, p. 65).²²

Desta forma, Lakoff (2010) defende que os discursos midiáticos e/ou formadores de opinião em geral devem reconstruir ou criar frames que abordem a problemática do aquecimento global de forma mais acessível; para que a crise seja compreendida, os sujeitos precisam das estruturas conceituais certas em seus circuitos cerebrais, uma vez que grande parte da população não possui um repertório de frames que lhes permita entender a EC de maneira aprofundada ou, como diz o autor, “a crise real”.

Algumas estratégias sugeridas para este processo de reestruturação de frames relacionados à crise climática podem ser: a escolha de palavras e *slogans*; falar sobre valores, não apenas fatos e números; usar uma linguagem simples; e utilizar emoticons como recursos. Já Nisbet (2009) aponta que o sentido de um determinado frame é traduzido instantaneamente a partir de artifícios como frases de efeito, metáforas, sons, gráficos, assim como alusões à história, cultura ou literatura, a exemplo de *empregos verdes*.

No caso do discurso político, por exemplo, conservadores têm utilizado o frame *consequências_na_economia* como oposição às ações de combate às alterações climáticas, enquanto liberais e ativistas buscam usar este argumento

22 [q]uer estejamos em um ambiente científico, acadêmico ou jurídico, aspirando ao ideal da argumentação racional (...), a forma como executamos e descrevemos nossos argumentos é fundamentado na metáfora ARGUMENTO É GUERRA (tradução nossa).

a seu favor, como forma de revitalizar a economia através do investimento em tecnologia limpa. Outros frames comuns ao discurso político das alterações climáticas citados por Nisbet (2009, p. 18) são: *progresso_social*; *desenvolvimento_econômico*; *desenvolvimento_e_competitividade*; *moralidade_e_ética*; *incerteza_científica_e_técnica*; *caixa_de_Pandora*; *Frankenstein*; *responsabilidade_pública_e_governança*; *meio_do_caminho*; *caminho_alternativo*; *conflito_e_estratégia*.

Conforme Charteris-Black (2019), muitas vezes os frames são constituídos por metáforas que narram alegorias ou cenários, e isso acontece fundamentalmente no discurso político. Por esta razão, considerando o estreito vínculo entre o discurso político e a problemática da EC, o processo de construção de frames no discurso digital e sua relação com metáforas estarão sempre em diálogo neste trabalho.

Com isso em mente, Fillmore (1977) defende que o ato de associação de um determinado frame a uma nova situação ou cena comunicativa é fundamentalmente um ato metafórico, uma vez que os atores envolvidos interagem simultaneamente em um processo dialógico, que envolve a cena original e a nova cena; em outras palavras, como já citado, parte-se de nossos ‘velhos’ modelos cognitivos idealizados e/ou frames para a (re)construção ou (re)significação de novos modelos mentais. E tal processo é metafórico por natureza, considerando as subjetividades e vivências de cada indivíduo:

This process (...) of applying a frame that is associated in advance with one scene to a novel scene is importantly involved in the kind of communicative act known as metaphor. Because of this fact, there are those who might be inclined to say that every instance of speaking is an instance of metaphor. I would rather say that metaphor consists in using, in connection with one scene, a word - or perhaps a whole frame - that is known by both speaker and hearer to be more fundamentally associated with a different frame. The requirement for a true metaphor is that the interpreter is simultaneously aware of both the new scene and the original scene (Fillmore, 1977, p.70).²³

23 Esse processo (...) de aplicar um frame previamente associado a uma cena a uma nova cena está envolvido significativamente no tipo de ato comunicativo conhecido como metáfora. Devido a esse fato, há aqueles que podem estar inclinados a dizer que toda instância de fala é uma instância metafórica. Eu preferiria dizer que a metáfora consiste em usar, em conexão com uma cena, uma palavra - ou talvez um frame inteiro – conhecida tanto pelo falante quanto pelo ouvinte como mais fundamentalmente associada a um frame diferente. O requisito para uma metáfora verdadeira é que o intérprete esteja simultaneamente ciente da nova cena e da cena original (tradução nossa).

Portanto, considerando o frame pela perspectiva macroscópica, entende-se que as associações entre palavras e significações feitas pelos falantes possuem mais relação com histórias e repertórios individuais do que com a estrutura da língua em si. Assim, a análise semântica por este viés não deve ser dissociada da constituição socioideológica e socioantropológica – pessoais, subjetivas, idiossincráticas e culturais – dos sujeitos. Quando ouvimos uma palavra ou uma expressão, por exemplo, ativamos em nossa memória seu frame, assim como outros frames associados a determinada cena, conceito ou ideia.

Mais um ponto fundamental para nossa pesquisa consiste na premissa de que uma cena, ao interligar-se com outra através de itens lexicais ou escolhas gramaticais, é referida como uma cena interacional, a qual envolve as percepções dos atores sociais participantes de determinados cenários sociocomunicativos – e, neste contexto, o teor ideológico é indissociável.

Outros fatores extralinguísticos cruciais no processo de ressignificação de um determinado frame e/ou de uma metáfora/expressão metafórica em nossa atuação enquanto sujeitos são a idade, o gênero/sexo, o status social e os papéis institucionais desempenhados; ademais, a força ilocutória dos atos de fala emanados pelos participantes também contribui para a interpretação dos contextos interacionais, demonstrando maior afinidade ou indiferença com relação a determinada problemática global (Fillmore, 1977).

Assim, quando Stibbe (*op.cit.*) trata de frames sob o viés da Ecolinguística, ele traz o conceito de histórias/narrativas sob as quais estamos cotidianamente expostos, que operam cognitivamente e discursivamente definindo direta e indiretamente nossos modelos mentais. Ele esclarece (p. 5):

When ecolinguists examine ideologies, metaphors, frames and a variety of other cognitive and linguistic phenomena, what they are doing is revealing and uncovering the stories that shape people's lives and shape the society in which we live. (...) The stories we live by are embedded deeply in the minds of individuals across a society and appear only indirectly between the lines of the texts that circulate in that society. They are therefore not immediately recognisable as stories, and **need to be exposed, subjected to critical**

analysis, and resisted if they are implicated in injustice and environmental destruction (grifo nosso).²⁴

Sobre o processo de resignificação ou recriação de novos frames, Salvador (2022) defende que a disseminação da ciência pode ser buscada através de técnicas de popularização ainda restritas a narrativas científicas. Entretanto, de acordo com o pesquisador, esta forma de disseminar a informação científica é ainda considerada bastante simplista uma vez que tende a ignorar informações mais complexas, ou seja, para que a problemática seja comunicada de maneira mais acessível alguns elementos de comunicação científica são ignorados e a questão é apresentada a partir de pontos de vista ideologicamente marcados.

Todavia, não devemos julgar o público que recebe essas informações como ‘mentes vazias’, desprovidas de criticidade, mas indivíduos pró-ativos com suas próprias demandas, expectativas e atitudes. Como exemplo dessa comunicação acessível, Lakoff (2010, p.77) deixa alguns questionamentos para nós, enquanto cidadãos de um planeta em risco de colapso climático:

(...) take the concept of “environmental action.” What can we, as individuals, do? Use less energy? Replace our light bulbs? Drive less, walk more, ride bikes? Recycle? Eat organic? Eat local? Green our homes? Buy green? All of this is fine and necessary, but the most important thing is missing: political action! To an enormous degree, governmental action outweighs and shapes individual actions. When we think of the environment, we should be thinking of political involvement. But politics is not in the Environment Frame.²⁵

24 Quando os ecolinguistas examinam ideologias, metáforas, enquadramentos e uma variedade de outros fenômenos cognitivos e linguísticos, o que estão fazendo é revelar e descobrir as histórias que moldam a vida das pessoas e a sociedade em que vivemos. (...) As histórias que vivemos estão profundamente enraizadas nas mentes dos indivíduos de uma sociedade e aparecem apenas indiretamente nas entrelinhas dos textos que circulam nesta sociedade. Portanto, não são imediatamente reconhecíveis como histórias e **precisam de ser expostas, sujeitas a análise crítica e combatidas se estiverem implicadas na injustiça e na destruição ambiental** (tradução nossa, grifo nosso).

25 (...) tomemos o conceito de “ação ambiental”. O que podemos nós, como indivíduos, fazer? Usar menos energia? Substituir nossas lâmpadas? Dirigir menos, caminhar mais, andar de bicicleta? Reciclar? Consumir orgânicos? Consumir alimentos de produção local? Tornar nossas casas mais “verdes”? Comprar produtos de empresas que promovem sustentabilidade? Tudo isto é bom e necessário, mas falta o mais importante: ação política! Em grande medida, a ação governamental supera e molda as ações individuais. Quando pensamos no ambiente, deveríamos pensar no envolvimento político. Mas a política não está no frame Meio_ambiente (tradução nossa).

Isto posto, nosso próximo tópico discute o processo de *framing* da expressão *Emergência Climática* no contexto do ativismo climático nas redes sociais. Conforme Lakoff (2010), defendemos que este enquadramento pode contribuir para a atuação dos sujeitos de maneira crítica e ativa pela redução dos danos climáticos e ambientais, assim como pela sobrevivência dos ecossistemas através da conscientização individual e da pressão política.

3.1.1 O processo de *framing* da expressão *Emergência Climática*

A expressão *Emergência Climática* tem sido usada por ativistas ambientais desde o início do século XXI. Os primeiros registros de uso da colocação contam da cidade de Darebin, Melbourne, na Austrália, após uma petição intitulada Declaração de Emergência Climática, em 2016. Em seguida, a declaração também foi feita pelas cidades de Hoboken, em Nova Jersey, e Berkeley, Califórnia. Mais tarde, o Partido Verde do Reino Unido, emitiu a primeira declaração oficial europeia, em 2018, e na Escócia, em 2019. Com estes movimentos, o parlamento do Reino Unido declarou o estado de Emergência Climática para todos os seus países membros.

Tais movimentos motivaram o surgimento e a posterior legitimação da expressão – e da problemática – *Emergência Climática*, sendo adotada por figuras globais, a exemplo do Papa Francisco. Em 2019 a colocação foi reconhecida pelo *Oxford English Dictionary* como a palavra do ano:

The Oxford Word of the Year 2019 is climate emergency. Climate emergency is defined as ‘a situation in which urgent action is required to reduce or halt climate change and avoid potentially irreversible environmental damage resulting from it.’ This year heightened public awareness of climate science and the myriad implications for communities around the world has generated enormous discussion of what the UN Secretary-General has called ‘the defining issue of our time’. ... Our research reveals a demonstrable escalation in the language people are using to articulate information and ideas concerning the climate. This is most clearly encapsulated by the rise of climate emergency in 2019 (Oxford Languages Dictionary, 2019).²⁶

26 A palavra do ano em 2019 definida pelo dicionário Oxford é Emergência Climática, definida como ‘uma situação na qual faz-se necessária uma ação urgente para reduzir ou deter as alterações climáticas, a fim de se evitar danos ambientais potencialmente irreversíveis resultantes destas.’ Neste ano, uma maior conscientização pública sobre a ciência do clima e as inúmeras implicações para as comunidades ao redor do mundo têm gerado uma enorme

Reconhecida e disseminada na comunidade científica, a questão ganha então a partir do mesmo ano alcance mundial, se configurando em um frame construído argumentativamente no espaço público e assumido recorrentemente por diversas figuras públicas do ativismo ambiental, partidos políticos, organizações ambientais e estudantes. Segundo Ripple et al. (2020, p. 4, grifo nosso),

(...) mitigating and adapting to climate change while honoring the diversity of humans entails major transformations in the ways our global society functions and interacts with natural ecosystems. We are encouraged by a recent surge of concern. Governmental bodies are making **climate emergency** declarations. Schoolchildren are striking. Ecocide lawsuits are proceeding in the courts. Grassroots citizen movements are demanding change, and many countries, states and provinces, cities, and businesses are responding.²⁷

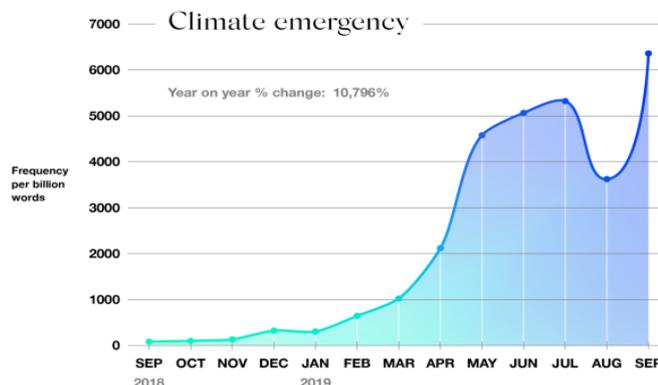
Muito tem se estudado acerca das alterações climáticas por diversas perspectivas; todavia, o discurso em torno da expressão *Emergência Climática* e suas possíveis representações no campo da sociocognição ainda é pouco explorado. Conforme o *Oxford Languages Dictionary* (2021), até 2018 o substantivo ‘emergência’ era comumente associado aos modificadores ‘hospital’, ‘saúde’ e ‘família’.

Todavia, a partir de 2019, a colocação *Emergência Climática* superou todos os outros tipos, se tornando a mais utilizada, com uma margem de diferença três vezes maior do que ‘saúde’, a segunda no ranking. O gráfico a seguir demonstra a ascensão da colocação no *Oxford Corpus*:

discussão sobre o que o secretário-geral da ONU chamou de “a questão definidora de nosso tempo”. ... Nossa pesquisa revela uma escalada visível na linguagem que as pessoas estão usando para articular informações e ideias sobre o clima. Isso é mais claramente encapsulado pelo aumento da emergência climática em 2019 (tradução nossa).

27 A mitigação e a adaptação às alterações climáticas, respeitando a diversidade dos seres humanos, implica grandes transformações nas formas como nossa sociedade global funciona e interage com os ecossistemas naturais. Somos encorajados por uma recente onda de preocupação. Órgãos governamentais estão fazendo declarações de **emergência climática**. Crianças em idade escolar estão fazendo greves. Ações de ecocídio estão em andamento nos tribunais. Movimentos de cidadãos de base estão exigindo mudanças e, muitos países, estados e províncias, cidades e empresas estão respondendo (tradução nossa, grifo nosso).

Gráfico 1 – Uso da colocação *Climate Emergency* no Oxford Corpus



Fonte: Oxford Languages, 2021.

Defendendo a expressão *Emergência Climática* como um novo frame cognitivo, citamos Boykoff (2011), ao afirmar que os processos de *framing* são inerentes à cognição, efetivamente contextualizando e determinando categorias interpretativas, ajudando a explicar e descrever os complexos processos ambientais em torno das alterações climáticas.

O autor (*op.cit.*) defende que os frames não devem ser limitados aqueles já conhecidos e legitimados pelo público de maneira geral, mas deve-se considerar também frames alternativos, que provoquem novos debates sociopolíticos, pois, dependendo de como enquadramos determinado problema, tema, questão ou conceito, o mesmo pode servir para marginalizar ou validar discursos, caso o público leigo não os internalize de maneira crítica.

Isso posto, é cientificamente legitimada e difundida a emergência nas ações de redução dos impactos ambientais, para a própria sobrevivência humana. Visando contribuir para o estudo desse discurso em meios digitais, trazemos a discussão de determinados processos cognitivos intrínsecos à interação humana e à forma como os sujeitos percebem os efeitos da EC e outras problemáticas atreladas a ela. Nos questionamos até que ponto o discurso digital e midiático desempenha um papel significativo no processo de conscientização dos indivíduos e como alguns processos cognitivos contribuem para a construção de valores sociais, políticos e ideológicos que moldam as mídias de massa e a opinião pública.

Nesse sentido, a história da pesquisa midiática pode ser dividida em 04 estágios. O primeiro, entre os anos 20 e 30, se caracteriza pela propaganda estratégica durante a Primeira Guerra Mundial, o que desencadeava um medo crescente da influência da mídia sobre as atitudes das pessoas; o segundo, que termina na década de 60, era mais voltado à influência pessoal sobre as mudanças de atitude; foi defendido que as campanhas não influenciavam as pessoas, mas funcionavam como reforço de atitudes já existentes. O terceiro estágio, que se iniciou na década de 70, foi dominado por pesquisas acerca dos efeitos da mídia, cujo foco mudou da mudança de atitude para os efeitos cognitivos das mídias de massa. O quarto e atual estágio, o qual interessa para este trabalho, inicia-se na década de 80, caracterizado pelo ‘construtivismo social’ (MacQuail, 1994; Klapper, 1960 *apud* Scheufele, 1999, p. 105).

As mídias de massa possuem, por um lado, um grande impacto quanto ao processo de enquadramento de imagens da realidade de forma padronizada e previsível, ao mesmo tempo em que estes impactos são limitados no que diz respeito à interação entre mídia e destinatários. Desta forma, o processo de *framing* é definido e operacionalizado como a base do construtivismo social, e as mídias em geral definem ativamente os frames construídos, através dos quais leitores e espectadores discutem e interpretam eventos públicos, sendo que o processamento e interpretação dos sujeitos é influenciado por *schemas* ou estruturas pré-existentes.

Portanto, os discursos disseminados nas diversas mídias fazem parte do processo através do qual os sujeitos constroem sentidos; e a opinião pública é crucial para a atuação de formadores de opinião (no caso deste trabalho, ativistas) ao desenvolverem e cristalizarem sentidos na esfera do discurso público. Segundo Areia et al. (2019, p. 292),

[c]onsidering the undoubted influence of media discourses on general public literacy, meaning-making of issues and thus individuals' behaviours (Carvalho, 2010; Mendes, 2004), Wolf and Moser (2011) attempted to synthesize the individuals' insights about climate change by distinguishing their understanding (related to the acquisition and employment of the correct knowledge about climate change), perception (related to the interpretations and views based on beliefs and understandings) and engagement (related to a state of personal

connection to the subject that accommodates cognitive, affective and/or behavioural dimensions).²⁸

Desta forma, a problemática das alterações climáticas é ainda um tema de difícil engajamento e, neste caso, as mídias possuem um papel essencial, pois consistem agentes de (re)produção e transformação de significados de questões sociais, moldando fatos científicos complexos em narrativas a partir da seleção e ênfase em determinados pontos de vista, sob a influência de aspectos sociopolíticos e econômicos. Considerando a relevância dos veículos de imprensa como uma das principais fontes de informação do público geral, assim como sua influência nas decisões políticas, pesquisadores salientam seu papel persuasivo em nível de compreensão, percepção e engajamento nas esferas discursivas e comportamentais.

Com a disseminação e diversidade das mídias *online*, o debate em torno das alterações climáticas tem se estendido para *websites*, *blogs*, redes sociais e muitas outras plataformas digitais. Alguns autores²⁹ citam, por exemplo, expressões metafóricas como “low carbon diet” e “carbon sinner”, as quais, enquanto estratégias retóricas, podem contribuir para a dinâmica dos debates acerca das alterações climáticas, ao mesmo tempo em que incentivam a tomada de ações contra o aquecimento global.

The new communicative landscape shaped by the Internet has had profound implications for communication research on climate change and the environment. Just as social media technologies have changed the ways we interact, consume and create in everyday life, these Internet-based platforms, which share attributes both with interpersonal and mass communication, have also opened new areas for researching public engagement with climate science. [...] As climate change is a contested area characterized by competition among industry, scientists, NGOs, and policy makers, each of whom aim to frame the issue according to their particular agendas (Schäfer, 2012 *apud* Koteyko; Nerlich; Hellsten, 2017, p. 1).³⁰

28 Considerando a influência indiscutível dos discursos da mídia na alfabetização do público em geral, na construção de significados e, portanto, nos comportamentos dos indivíduos (Carvalho, 2010; Mendes, 2004), Wolf & Moser (2011) tentaram sintetizar as percepções dos indivíduos sobre as alterações climáticas, distinguindo sua compreensão (relacionada à aquisição e emprego do conhecimento correto sobre as alterações climáticas), percepção (relacionada às interpretações e visões baseadas em crenças e entendimentos) e engajamento (relacionado a um estado de conexão pessoal com o sujeito que acomoda aspectos cognitivos, afetivos e e/ou dimensões comportamentais) (tradução nossa).

29 Nerlich; Thelwall; Nerlich 2010; Nerlich; Koteyko, 2009 *apud* Negrea-Busuioc, 2017.

30 A nova esfera comunicativa moldada pela Internet tem tido implicações profundas para a pesquisa em comunicação sobre mudanças climáticas e meio ambiente. Assim como as

Todavia, nem sempre os enquadramentos metafóricos das alterações climáticas são benéficos para uma melhor compreensão do tema, posto que correspondem a uma visão de mundo que tenta se impor sobre discursos divergentes. Um dos problemas incide sobre paradoxos que determinadas expressões metafóricas difundidas no discurso midiático podem propagar quando empregadas como uma religião, buscando elaborar pontos de vista sobre o assunto como se fossem verdades universais e certezas absolutas, a exemplo de expressões como *low carbon diet*, *carbon sinner* (Nerlich, 2010 *apud* Negrea-Busuioc, 2017, p. 123).³¹ Nestes casos, tais frames podem levar à apatia social, descrédito ou paralisia política.

Não obstante, metáforas e frames estabelecidos para comunicar a complexidade da EC não apenas contribuem para a popularização dos discursos sobre as alterações climáticas, como também, uma vez que penetram na abordagem e cobertura midiática, influenciam na forma como políticos falam sobre o tema que, atualmente, parece estar mais atrelada a questões econômicas e políticas do que científicas e tecnológicas.

Sobre isso, Negrea-Busuioc (2017) postula que a mídia pode fazer uso de diferentes metáforas para moldar as representações sociocognitivas das alterações climáticas dependendo de fatores como a disponibilidade das informações, da dignidade e fiabilidade das notícias, ou até mesmo das preferências por determinados pontos de vista políticos.

Darnton & Kirk (2011 *apud* Stibbe 2015, p. 49) também trazem à tona a questão de frames relacionados à ideia de 'desenvolvimento internacional', categorizados como positivos ou negativos, quando objetivam influenciar decisores políticos. A exemplo de frames negativos os autores citam enquadramentos metafóricos amparados em um conceito moral de que países 'subdesenvolvidos' são como crianças que conseguiriam crescer, se

tecnologias ao entorno das mídias sociais têm alterado a forma como interagimos, consumimos e criamos na nossa vida cotidiana, estas plataformas baseadas na internet, as quais compartilham atributos tanto em comunicação pessoal quanto em massa, têm também propiciado novas áreas de pesquisa no que diz respeito ao engajamento público com a ciência do clima. (...) Como as mudanças climáticas pertencem a uma área definida pela competição entre a indústria, cientistas, ONGs e legisladores, cada um visa enquadrar a questão de acordo com suas agendas (tradução nossa).

31 dieta do baixo carbono; pecador de carbono (tradução nossa).

desenvolver, apenas se seguissem os modelos dos países ‘adultos’. Já como frames positivos, são suscitados DESENVOLVIMENTO_É_LIBERDADE e DESENVOLVIMENTO_É_RESPONSABILIDADE, uma vez que fogem à ideia de apadrinhamento dos então denominados ‘países subdesenvolvidos’.

Stibbe (*ibid.*, p. 50) também destaca um relatório do WWF (*World Web Fund*) publicado em 2010 que julgava alguns frames como benéficos ou destrutivos. O relatório em questão alertava sobre o processo de reenquadramento – *the reframing* – de valores altruístas, como a redução da pobreza, a partir de enquadramentos egocêntricos como o crescimento econômico ou o aumento de poder e status social. Nestes casos, campanhas ambientais motivam indivíduos a adotarem comportamentos voltados à economia, ao consumo, ao sucesso financeiro e ao *status quo*, intrinsecamente contribuindo para a destruição ambiental. Este tipo de manipulação será discutido mais adiante neste trabalho, como a prática de *greenwashing*.

Um enquadramento também considerado destrutivo por Stibbe (*idem, ibid.*) é AS MUDANÇAS_CLIMÁTICAS_SÃO_UM_PROBLEMA.³² O autor considera este frame discutível, pois implica dois elementos: um problema e uma solução. Neste caso, o problema são ‘as mudanças climáticas’ e as soluções seriam ‘reduzir nossas emissões de carbono’ e ‘parar de queimar combustíveis fósseis’ (tradução nossa, grifos do autor); ou seja, uma vez aplicadas as soluções o problema deixaria de existir.

Tal enquadramento é considerado tão intrínseco ao nosso sistema conceitual que implica uma simplificação exacerbada, ou até mesmo o apagamento,³³ das complexas nuances da crise real. Além disso, também serve para mascarar os responsáveis pela crise climática e a inação dos poderes políticos e econômicos. Neste caso, DILEMA é apontado como um frame mais apropriado, pois demanda necessariamente a obrigatoriedade de uma resposta:

(...) many things we've conceptualised as problems are actually predicaments
... The difference is that a problem calls for a solution; the only question is

32 CLIMATE CHANGE IS A PROBLEM (tradução nossa).

33 Sobre o processo de *apagamento* (*Erasure*) em ACD e Ecolinguística, ver: Stibbe, 2015, p. 145-160.

whether one can be found and made to work, and once this is done, the problem is solved. A predicament, by contrast, has no solution. Faced with a predicament, people come up with responses. (...) The predicament frame, like the problem frame, has two elements: a 'predicament' and 'a response'. The relationship between the elements is different though: people do the best they can to make the most of the situation they are in, but the predicament itself does not and cannot disappear (Stibbe, 2015, p. 51-52).³⁴

Stibbe (2015, p. 53-60) indica outros enquadramentos apontados como problemáticos, pois carregam inúmeras contradições, dentre os quais citaremos alguns dos mais comuns. Primeiramente, *NATUREZA_É_UM_RECURSO* (tradução nossa) é referido como um frame destrutivo, uma vez que implica um possuidor e um objeto que pode ser explorado, mantendo o *status quo* de uma sociedade que favorece as relações econômicas em detrimento das relações éticas no que tange à conservação da natureza, o que vai de encontro à perspectiva da Ecolinguística.

Outros frames contraditórios conforme o autor são *DESENVOLVIMENTO* e *DESENVOLVIMENTO_SUSTENTÁVEL*, uma vez que não há garantia de os sujeitos que defendem o 'desenvolvimento sustentável' agirão de maneira a reduzir o consumo, mitigar as mudanças climáticas e criar comunidades resilientes. A ideia de desenvolvimento sustentável surgiu como uma modificação do frame *DESENVOLVIMENTO_ECONÔMICO*, promovido pelo Banco Mundial, com a inclusão da noção de 'crescimento verde inclusivo' (grifo do autor). Todavia, tal reenquadramento mudou o enfoque de desenvolvimento sustentável de *processo* para *objetivo* (grifo nosso):

The use of the definite article in 'the pathway to sustainable development' and 'the only way' represents this as the only process, closing down any possibility of achieving sustainable development through any means other than growth. (...) This can be called **frame displacement**, where a new frame takes over and occupies ground that was previously covered by another frame but without replacing it entirely (Stibbe, *ibid.*, p. 58-59, grifo nosso).³⁵

34 (...) muitas coisas que conceituamos como problemas são na verdade dilemas... A diferença é que um problema exige uma solução; a única questão é se é possível encontrá-la e fazê-la funcionar e, uma vez feito, o problema é resolvido. Um dilema, por outro lado, não tem solução. Diante de um dilema, as pessoas apresentam respostas. (...) O frame dilema, tal como o frame problema, tem dois elementos: uma 'situação' e 'uma resposta'. A relação entre os elementos é diferente: as pessoas fazem o melhor que podem para solucionar um problema em que se encontram, mas o dilema em si não desaparece e não pode desaparecer (tradução nossa).

35 A utilização do artigo definido em "o caminho para o desenvolvimento sustentável" e "o único caminho" o representa como o único processo, fechando qualquer possibilidade de

Nesse sentido, a mudança de foco de desenvolvimento sustentável para o crescimento sustentável e, eventualmente, para o crescimento contínuo, deslocou a ênfase na redução da pobreza e na proteção ambiental para a maximização do crescimento econômico em países ricos, muitas vezes em detrimento dos mais pobres, ou seja, aqueles historicamente subjugados pelos processos colonizatórios.

Ainda sob tal perspectiva, a noção de ‘desenvolvimento equitativo’ (grifos do autor), inicialmente visto como uma solução, não foi nada mais do que a modificação dos frames supracitados, uma vez que tal equidade não ocorre entre os países chamados ‘desenvolvidos’ e ‘subdesenvolvidos’; o termo ‘país subdesenvolvido’ implica um estado inferior em comparação aos ‘países desenvolvidos’ (grifos do autor).

No entanto, muitos países considerados subdesenvolvidos alcançam maiores níveis de bem-estar social com baixo consumo de recursos ambientais, enquanto muitos países desenvolvidos propagam o crescimento econômico e o desenvolvimento sustentável às custas da insustentabilidade ecológica e do baixo nível de bem-estar social, levando ao esgotamento de recursos naturais e à deterioração de ecossistemas.

The word ‘underdeveloped country’ triggers a particular frame – a story about the world where some countries are in an inferior state (underdeveloped countries), some are attempting to improve (developing countries) and some have already reached the goal of the ideal state (developed countries). Although ‘underdeveloped’ sounds less pejorative than ‘uncivilised’, many of the countries that have been given the inferior label of ‘underdeveloped’ actually achieve high wellbeing with low environmental consumption, while many labelled ‘developed’ have a highly unsustainable ecological footprint as well as low wellbeing. In this case, the developed countries should try to become more like the underdeveloped ones rather than the other way round (Stibbe, *ibid.*, p. 56-57).³⁶

alcançar o desenvolvimento sustentável através de quaisquer outros meios que não o crescimento. (...) Isso pode ser chamado de **deslocamento de frame**, onde um novo frame assume e ocupa um espaço antes coberto por outro frame, mas sem substituí-lo totalmente (tradução nossa, grifo nosso).

36 A expressão ‘país subdesenvolvido’ desencadeia um frame particular – uma história sobre o mundo onde alguns países estão num estado inferior (países subdesenvolvidos), alguns estão tentando melhorar (países em desenvolvimento) e alguns já atingiram a meta do estado ideal (países desenvolvidos). Embora ‘subdesenvolvido’ pareça menos pejorativo do que ‘não civilizado’, muitos dos países que receberam o rótulo de ‘subdesenvolvidos’ na verdade alcançam um elevado bem-estar social com uma baixa exploração ambiental, enquanto muitos países rotulados como ‘desenvolvidos’ deixam uma pegada ecológica altamente insustentável,

Como exemplos de contranarrativas a tais discursos, Stibbe (*op. cit.*) discute os frames CONTRAÇÃO_SUSTENTÁVEL (Selby, 2008) e RETIRADA_SUSTENTÁVEL (Lovelock, 2006). Sob este viés, os frames alternativos apagarão o aspecto do crescimento econômico como intrínseco ao frame DESENVOLVIMENTO, o substituindo por ‘contração’ e ‘retirada’ (grifos do autor), de forma que os países ricos reduzirão suas economias de maneira a proteger empregos e o bem-estar individual, ao invés do crescimento econômico ecologicamente insustentável. Essas ideias refletem a evolução crítica dos conceitos de ‘desenvolvimento’, apontando a necessidade de novas abordagens que considerem tanto a sustentabilidade ambiental quanto o bem-estar social.

A partir destes exemplos de enquadramentos, defendemos que a resposta dos indivíduos a determinados fatos, notícias e problemáticas sociais irá necessariamente resultar da forma como as questões são apresentadas e enquadradas nos discursos midiáticos de maneira geral.

Nisbet (2009) afirma que as terminologias adotadas e os contextos visuais viabilizados para se descrever determinado problema influenciarão nas diferentes respostas dos sujeitos, ou seja, os estudos por esta perspectiva compartilham a crença de que os frames servem como uma ponte entre os domínios sociais e culturais mais amplos e a compreensão cotidiana das interações sociais. Por esta razão, ao considerarmos o processo de *framing*, devemos levar em consideração tanto os frames midiáticos quanto os individuais, e relacioná-los consistentemente (Friedland; Zhong, 1996 *apud* Scheufele, 1999, p. 13).

Tendo em vista nossos objetivos neste trabalho, é importante ressaltar a influência da disseminação de informações em redes sociais na tomada de decisões na esfera política. Embora o papel das ONGs e outros grupos organizados ainda seja restrito, alguns pesquisadores defendem que governos e mercados dificilmente tomarão atitudes de mitigação dos efeitos do aquecimento global, a exemplo da ‘descarbonização da economia’, sem pressão externa.

com baixo bem-estar social. Neste caso, os países desenvolvidos deveriam tentar tornar-se mais parecidos com os subdesenvolvidos, e não o contrário (tradução nossa).

Neste caso, o ativismo digital pode intervir em decisões governamentais no que diz respeito a valores como responsabilidade e confiança, assim como contribuir para a complementação de meios para que metas políticas sejam atingidas, no caso da falta de ação política. Assim, podemos deduzir que o ativismo ambiental busca diferentes formas de influenciar nas decisões políticas através do engajamento por meio de movimentos sociais e campanhas, além de incentivar a mudança voluntária de atitudes individuais quanto ao meio ambiente (Newell, 2008 *apud* Takahashi et al., 2017).

Nesse sentido, conforme defendido por Lakoff (2010), até certo ponto o *frame* cognitivo tem motivado mudanças de atitude na materialidade, a exemplo de empresas que têm adotado campanhas pela sustentabilidade (como a produção de carros elétricos, maior utilização de energia eólica e solar, reciclagem, entre outros) e maior consciência alimentar (como a produção e consumo de alimentos orgânicos e a redução do consumo de carne).

Contudo, isso ainda é muito pouco, uma vez que as ciências do meio ambiente não são suficientes para que haja uma mudança significativa na mentalidade dos indivíduos. Para isso, é preciso um maior aprofundamento nas ciências da cognição, visto que as formas de resistência dos discursos conservadores são muito poderosas.

Na senda de Boykoff (2011), as críticas concernentes aos processos de *framing* das questões climáticas ainda são insuficientes nas mídias de massa, evidenciando o desenvolvimento de políticas mercadológicas em detrimento da equidade social e da reparação histórica dos processos colonizatórios.

Entretanto, é bastante notável que o ativismo ambiental e a conscientização dos sujeitos têm crescido significativamente na última década, principalmente entre as gerações mais jovens, com o apoio substancial das redes sociais, motivando coberturas midiáticas e opiniões mais empáticas com relação aos países e comunidades mais afetados pela crise do clima, buscando ações de mitigação da poluição causada por grandes centros urbanos, por exemplo.

3.1.2 O Projeto FrameNet e a Emergência Climática como novo frame

Como ferramenta de apoio à metodologia, consultamos as plataformas FrameNet da Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil, e FrameNet da Universidade de Berkeley, Califórnia, EUA. Os referidos projetos consistem em laboratórios de Linguística Computacional que visam “desenvolver soluções computacionais para a Compreensão de Língua Natural com base na Semântica de Frames e na Gramática das Construções” (FrameNet Brasil, s/d).

Segundo Blanco-Carrión (2006), a base de dados disponível no FrameNet consiste em uma ferramenta lexicográfica, podendo ser utilizada como um dicionário ou um *thesaurus*. Para discutirmos o processo de construção do frame Emergência_Climática, a ferramenta nos serviu de suporte em sua função *thesaurus*, à medida que relacionamos determinados itens lexicais/colocações a outros, pelo viés conceitual, demonstrando relações entre as ULs de diferentes frames.

Os frames são constituídos a partir dos denominados Elementos do Frame (doravante EFs), que consistem em entidades cognitivas presentes na mente dos falantes, constituindo o cenário do frame (situações reais de interação onde as ULs são usadas). Os EFs, sintaticamente, podem ser expressos ou omitidos em um determinado enunciado, embora estejam sempre presentes nas representações cognitivas dos falantes, conforme suas comunidades de fala e experiências culturais. É fundamental destacar que os EFs se constituem em dois grupos: os nucleares e os não nucleares. Os nucleares (*core elements*) são aqueles específicos a um determinado frame, ao passo que os não nucleares (*non-core elements*) podem aparecer em frames distintos.

Vale ressaltar que *Emergência Climática* não está descrito na plataforma FrameNet; portanto, cabe a este trabalho instigar a construção e legitimação desta expressão como novo frame. Desta forma, partimos do frame *Emergência*, buscando relações que justifiquem esta conceituação. Na plataforma FrameNet Brasil, o frame Emergência é definido como:

(...) a situação ou o estado de coisas em que alguém pode ou deve obrigatoriamente agir para impedir que um *Evento_indesejável* ocorra. Geralmente, uma Entidade afetada pelo *Evento_indesejável* é mais relevante que o próprio evento e é, assim, mencionada em seu lugar.³⁷

Os EF nucleares são: *Evento Indesejável* (“[o] evento potencialmente prejudicial que deve ser evitado ou amenizado”); *Experienciador* (“[i]dentifica o experienciador dentro da cadeia de ação de emergência, geralmente relacionando a pessoa ou grupo que se sente ou é ameaçado pela emergência”); e *Tempo* ([q]uando a emergência ocorre).

Os EFs não nucleares são: *Circunstância* (“[a]s condições sob as quais o Evento_indesejável ocorre, ou as Circunstâncias que explicam a eminente ameaça à Entidade”); *Domínio* (“[o] Domínio da situação que a emergência está afetando”); *Duração* (“[p]or quanto Tempo dura a emergência”); *Entidade* (“[o] objeto individual ou valorizado que é ameaçado por uma condição de agravamento”); *Frequência* (“[c]om que Frequência a emergência ocorre”); *Intervalo de tempo* (“[o] período em que uma emergência ocorreu”); *Lugar* (“[o] local onde a situação de emergência surge”); *Maneira* (“[q]ualquer descrição do evento que não seja coberta por EFs mais específicos, incluindo modificação epistêmica – provavelmente, presumivelmente, misteriosamente –, força – rigidamente, suavemente –, efeitos secundários – silenciosa e ruidosamente – e descrições gerais comparando eventos – da mesma forma”).

Como citado, os EFs não nucleares podem relacionar-se a outros frames. Neste caso, o frame *Emergência* possui relações de herança com os frames *Criminalidade*, *Desastre_Natural*, *Doença*, e *Evento*, e é subframe de *Cenário_do_turismo-estada*. A UL atrelada a estes frames e seus elementos é *Emergência*.

Isso posto, a partir das discussões levantadas nesta tese, demonstramos como o frame *Emergência* vinculou-se à problemática das alterações climáticas, sendo que a colocação *Emergência Climática* tem ganhado novos significados e trazido à tona inúmeras problemáticas

37 Para ver toda a estrutura do frame, consultar: FrameNet Brasil. (2014). FNBr Webtool [FNBr] (ufff.br). Para a versão em inglês, consultar: FrameNet Berkeley University. FrameNet Data | fndrupal (berkeley.edu).

interseccionais nas diversas esferas sociais (políticas, econômicas, ideológicas), assim como questões atreladas à equidade, justiça climática, colonização e exploração, entre outras. Por esta razão, compreendemos a EC não apenas como uma expressão, mas também já consolidada como um novo frame cognitivo.

3.2 A metáfora e a metáfora conceitual: possíveis diálogos com a Emergência Climática

Antes dos anos 70, a metáfora era estudada na Filosofia e Retórica como recurso estilístico; porém, como combinação de várias disciplinas, a exemplo da Inteligência Artificial, a Psicologia, a Filosofia, a Neurologia e a Linguística, e com a publicação das conhecidas obras *Metaphors we live by* (Lakoff, Johnson, 1980), *Women, Fire and Dangerous Things* (*idem*, 1987), *The Body in the Mind* (*idem*, 1987), o estudo da metáfora ganhou destaque nos estudos linguísticos e da cognição humana (Cardoso, 2016, p. 11).

A partir destas obras, os estudos em LC colocaram a metáfora como elemento central nos processos de comunicação cotidiana, demonstrando empiricamente que o sistema cognitivo dos sujeitos é “predominante metafórico por natureza”, e que são “conjuntos de metáforas que estruturam nossa maneira de pensar e entender o mundo que nos rodeia e agir sobre este mesmo mundo.” (Almeida, 2018, p. 54-55)

Por esta perspectiva, entende-se que “o pensamento e a linguagem dependem da experiência corporizada, i.e., a partir do nosso corpo e da nossa natureza experienciamos individualmente o mundo e atribuímos-lhe significado” (Geeraerts, 2006, p. 3 *apud* Cardoso, 2016, p. 11).

Sardinha (2007, p. 60-61) resume as principais vertentes de estudo da metáfora, a saber: “A metáfora é um fenômeno da linguagem em uso”; “A metáfora é um fenômeno cognitivo”; “Metáforas conceituais, sistemáticas e gramaticais são um recurso habitual dos usuários de uma língua”; “A metáfora é um fenômeno importante para entender o ser humano.”

Os estudos mais marcantes da metáfora a postulam como uma categorização de fenômenos subjetivos da linguagem a partir de suas experiências concretas; ou seja, sensações como sentir, ver, cheirar, provar são parte do que os autores definem como *embodiment*, a corporização das experiências humanas, ou seja, os indivíduos interpretam ou (re)constróem conceitos abstratos a partir de suas vivências concretas.

Lakoff & Johnson (1980) foram os primeiros a discutir esta conceitualização da metáfora, definindo metáforas primárias a partir da relação entre a corporização e conceitos abstratos, como tempo, emoções e vida a partir de experiências físicas, como subir, descer, andar, força, entre outras. Nesse sentido, Lakoff & Johnson (1999) reiteram que nosso pensamento metafórico é então governado pela metáfora base MIND IS BODY.³⁸ Sob esta égide, Forceville (2009, p. 20) postula:

Conceptualizations of many phenomena, CMT proposes, have deeply entrenched metaphorical forms, in which the metaphor's target (topic, tenor) is abstract and its source (vehicle, base) is concrete. A metaphor's interpretation boils down to the 'mapping' of pertinent features from the source to the target. (...) Since 'concreteness' is apprehended perceptually, metaphorical source domains are strongly rooted in the functioning of human body.³⁹

Os autores supracitados reforçam o caráter experiencialista da metáfora, que deixa de ser somente uma figura de linguagem, para ser também estudada como figura do pensamento, ou seja, como ferramenta de conceitualização do mundo. Quanto à metáfora conceitual, doravante MC, muito sucintamente, pode-se afirmar que a mesma se fundamenta em metáforas primárias que possuem sentidos compartilhados entre várias línguas e culturas.

Por exemplo, metáforas conceituais como O AMOR É UMA VIAGEM, A VIDA É UMA PEÇA DE TEATRO ou AFETO É CALOR⁴⁰ (Kövecses, 2006) são consideradas primárias, uma vez que, por seu caráter universal, integram

38 MENTE É CORPO (tradução nossa).

39 Conceitualizações de muitos fenômenos, a TMC propõe, têm formas metafóricas profundamente arraigadas, nas quais o alvo da metáfora (tópico, teor) é abstrato e sua fonte (veículo, base) é concreta. A interpretação de uma metáfora se resume ao 'mapeamento' de características pertinentes partindo da fonte ao alvo. (...) Uma vez que a 'concretude' é apreendida perceptualmente, os domínios de origem metafórica estão fortemente enraizados no funcionamento do corpo humano (tradução nossa).

40 LOVE IS A JOURNEY; LIFE IS A PLAY; AFFECTION IS WARMTH (tradução nossa).

nosso sistema conceitual inconscientemente. Não obstante, Kövecses (2020, p. 116), postula que nem sempre MCs surgem *unicamente* de nossas experiências corpóreas ou vivências anteriores; elas também podem ser manifestadas a partir de fatores contextuais – o que é o enfoque de nosso estudo.

(...) conceptual metaphors and their linguistic expressions do not *only* arise from bodily experience. Many conceptual metaphors and their linguistic manifestations can emerge from various context types and contextual factors: that is, they are all context-induced metaphors and not necessarily based on some previously existing universal bodily experience.⁴¹

Tendo em vista que este trabalho pretende um estudo compósito, intrinsecamente ligado aos contextos enunciativos, ressaltamos a visão de Stibbe (2015, p. 64), reforçando a interconexão entre o estudo de metáforas conceituais e os processos de *framing* em ACD. O autor defende que a metáfora funciona da mesma forma que o frame; trata-se, porém, de um tipo ‘especial’ (grifo nosso) de frame, se entendermos que o frame pertence a áreas específicas de nossa realidade, familiares através de nossas interações cotidianas, ou seja, contextuais.

Desse modo, podemos definir a metáfora demonstrando seu vínculo com os enquadramentos: “metáforas usam um frame de uma área específica, concreta e imaginável da vida para estruturar nossos sistemas conceituais” (tradução nossa). A partir deste viés, o que é então denominado ‘domínio-fonte’ seria, na verdade, um agrupamento de frames. Portanto, entendemos a metáfora e a MC como um mapeamento de um ou mais domínios de origem para um domínio-alvo.

Ainda, de acordo com Forceville (2006), a Teoria da Metáfora Conceitual aponta que esta se manifesta não apenas na língua, mas também em diversos modos de linguagem e comunicação não verbais e multimodais; embora o próprio autor reconheça a complexidade em se definir e pontuar os diferentes

⁴¹ (...) metáforas conceituais e suas expressões linguísticas não surgem *apenas* da experiência corporal. Muitas metáforas conceituais e suas manifestações linguísticas podem surgir de vários tipos de contexto e fatores contextuais: isto é, todas são metáforas induzidas pelo contexto e não necessariamente baseadas em alguma experiência corporal universal previamente existente (tradução nossa).

modos de interpretação da realidade (*modes*), eles são definidos como “sistemas de signos interpretáveis devido a processos de percepção específicos” (*ibid.*, p. 22, tradução nossa), categorizando alguns dos principais modos: signos pictóricos; signos escritos; signos falados; gestos; sons; música; cheiros; gostos/sabores; toque.

A partir dessas premissas, o referido autor conceitua as metáforas monomodais e multimodais, sendo as primeiras definidas como aquelas cujos domínios fonte e alvo provêm do mesmo modo, enquanto as segundas apoiam-se em diferentes modos para se constituírem. Também vale a pena destacar que no caso das metáforas multimodais, é possível a inversão entre os domínios fonte e alvo.

Sobre a concepção de metáforas multimodais, Almeida (2019, p. 295), em seu estudo sobre metáforas multimodais em painéis políticos, aponta que “(...) o modo textual revela-se indispensável ao modo de imagem, na medida em que assume a função de narrar a história que está por detrás [do] cenário de confronto de entidades públicas com poder (...)”. Embora nosso enfoque não seja as metáforas multimodais, tal aceção também contribuirá para nosso estudo qualitativo, tendo em vista que a militância juvenil nas redes sociais é geralmente manifestada por textos multimodais, geralmente com fotos, emojis, hashtags, vídeos, artes gráficas, memes, entre outros.

A autora (*op. cit.*, p. 299) também destaca a MC complexa POLÍTICA É UMA VIAGEM, considerando que a o domínio-alvo POLÍTICA “tem por base as metáforas primárias ACÇÕES SÃO MOVIMENTOS REALIZADOS PELOS PRÓPRIOS e OBJETIVOS SÃO DESTINOS” (Lakoff; Johnson, 1999, p. 52-53). Assim, considerando nossos objetivos nesse trabalho, o mapeamento metafórico de expressões atreladas ao ativismo climático são importantes para entendermos a crise climática também como uma questão política.

Desta forma, as duas metáforas primárias nos remetem à militância *per se*, tratando-se de ações realizadas pelos ativistas visando atingir objetivos sociopolíticos. Estas metáforas também estão intimamente ligadas ao esquema *Source-Path-Goal* (Forceville; Jeulink, 2011), sendo: a *fonte* – a problemática mundial da EC; o *caminho* – o ativismo, a militância; e os *objetivos* – a redução

das emissões dos gases poluentes, ações efetivas de mitigação dos efeitos da EC, justiça climática, reparação das desigualdades que se acentuaram com a crise climática, entre outros.

Filardo-Llamas (2022), em concordância com estas premissas, também defende que a MC tem sido uma área bastante frutífera no que diz respeito às pesquisas relacionando à LC e aos estudos críticos do discurso. É apontado que as pesquisas mais recentes não apenas reconhecem os mapeamentos metafóricos como reproduções de representações sociais, mas também como aliadas às retóricas construtivistas de eventos e problemáticas globais.

Para fins de classificação e interpretação das metáforas conceituais, é importante citar as definições de metáforas novas e convencionais. Ainda conforme Forceville (2006), metáforas novas fundamentam-se em características não convencionais, no caso deste trabalho, no discurso da EC, que é um tema relativamente recente nas mídias de massa. As metáforas novas surgem de elementos e percepções de uma nova realidade social – portanto, ainda não poderiam ser definidas como conceituais. O pesquisador acrescenta que uma diferença importante entre as metáforas convencionais e idiossincráticas – ou novas – consiste na interpretação das últimas, que são menos governadas pelas correspondências pré-existentes entre a estrutura esquemática do alvo e da fonte.

Todavia, o autor reconhece que esta é uma linha tênue, uma vez que as próprias metáforas convencionais muitas vezes se apoiam em percepções idiossincráticas da realidade. Desta acepção parte um dos nossos desafios: identificar metáforas conceituais em um discurso relativamente novo nas redes sociais, visto que só recentemente este tema tem ganhado maior visibilidade entre a população, fora dos muros acadêmicos e científicos.

É também destacada a importância do gênero – que para este trabalho nos remete tanto para o textual quanto ao discursivo – uma vez que, para a análise de discursos, frames e hashtags/expressões, tanto a estrutura quanto a subjetividade textual são fundamentais para o mapeamento das possíveis metáforas que possam vir a surgir nos nossos *corpora*. Ainda conforme Forceville (2006), o gênero ao qual o texto é atribuído determina suas possíveis

interpretações e impactos, tanto no que diz respeito à produção quanto à interpretação das metáforas.

Em conformidade com Charteris-Black (2014), as metáforas conceituais são úteis para a identificação de características discursivas das metáforas, assim como aspectos ideológicos e avaliativos subjacentes aos seus usos. Estas metáforas devem ser identificadas quando há evidência de uso sistemático do mesmo domínio-fonte em um determinado discurso – o que pode ser definido em termos de gênero ou estilo individual. O estudo do sentido pretendido pelo domínio-alvo nos contextos observados pode revelar, por exemplo, representações positivas ou negativas de um determinado evento, fato, realidade, questão social. Conforme Negrea-Busuioc (2017, p. 119):

(...) well known world leaders publicly address the issue of the changing climate from a domestic (the immediate effects on the lives of their fellow countrymen) and a global prospective, respectively (the impact on the entire planet), and frequently use metaphors to describe the utmost gravity of the problem and the actions necessary to combat this threat.⁴²

Pela perspectiva da análise crítica da metáfora, devem ser considerados, primeiramente, os sistemas discursivos, por exemplo, como questões, atores e grupos sociais são discutidos nos discursos políticos. Entretanto, para classificar e interpretar as metáforas, é preciso examiná-las a partir dos discursos individuais (sistemas locais), assim como observá-las em *corpora* linguísticos gerais (sistemas globais). Os sistemas globais são importantes uma vez que podem fornecer evidências de usos típicos/corriqueiros de determinada metáfora, enquanto sistemas locais podem revelar recursos retóricos e persuasivos de um discurso em particular (Charteris-Black, 2014).

Ainda segundo Charteris-Black (*idem*), metáforas geralmente surgem da tensão entre o sentido pretendido de um palavra e/ou expressão em um determinado contexto discursivo e o sentido literal, linguístico, que esta mesma

42 (...) Líderes mundiais bem conhecidos abordam publicamente a questão das alterações climáticas a partir de uma perspectiva doméstica (os efeitos imediatos na vida de seus compatriotas) e global, respectivamente (o impacto em todo o planeta), e frequentemente usam metáforas para descrever a gravidade máxima do problema e as ações necessárias para combater essa ameaça (tradução nossa).

palavra e/ou expressão possui na língua, de maneira geral. O linguista crítico se preocupa em encontrar evidências acerca das intenções e propósitos a partir de um *corpus*, através de associações de uma palavra/expressão que permitam fazer inferências acerca das intenções do falante.

No que diz respeito ao recorte teórico-metodológico desta pesquisa, destacamos que as metáforas giram em torno do combate às alterações climáticas. Assim como já mostrado por Negrea-Busuioc (2017, p. 127), as categorias GUERRA e CORRIDA se destacam neste tópico enquanto domínios-fonte. A autora demonstrou que FIGHTING CLIMATE CHANGE IS WAR e FIGHTING CLIMATE CHANGE IS A RACE⁴³ foram as duas metáforas conceituais proeminentes no discurso da EC do então presidente dos Estados Unidos Barack Obama, as quais, neste contexto específico, serviram para enquadrar discursos de ações urgentes no combate ao aquecimento global, levando em consideração públicos diversificados.

No caso do cenário de GUERRA, infere-se que as alterações climáticas são o inimigo contra o qual deve-se lutar. Oreskes (2011 *apud* Negrea-Busuioc, 2017) afirma que a metáfora GUERRA é amplamente reconhecida como uma das mais persuasivas no processo de *framing* das alterações climáticas, uma vez que assenta na familiaridade do público com o conflito militar e sua compreensão das implicações e esforços tanto para planejar quanto para executar campanhas militares.

Quanto à metáfora conceitual FIGHTING CLIMATE CHANGE IS A RACE, a UL *corrida* (*race*) pode ser percebida como complementar ao frame COMPETIÇÃO, pois ambos possuem como base a ideia de confronto. Entretanto, CORRIDA e COMPETIÇÃO sugerem uma compreensão mais positiva desta problemática, pois voltam-se à urgência de ações e à confiança nos resultados, pois as metáforas ligadas a ‘esporte’ são geralmente associadas às situações onde vitória e vencedores são determinados, resultando em prêmios e reconhecimento (Cudd, 2007 *apud* Negrea-Busuioc,

43 COMBATER AS MUDANÇAS CLIMÁTICAS É GUERRA e COMBATER AS MUDANÇAS CLIMÁTICAS É CORRIDA (tradução nossa).

2017).⁴⁴ Uma interpretação menos bélica desta MC também pode suscitar a ideia de ‘contrarrelógio’, ou seja, a corrida contra o tempo e não necessariamente contra adversários.

Além dos domínios-fonte GUERRA e CORRIDA, Ribeiro & Almeida (2023) também identificaram domínios-fonte que relacionam a crise climática ao apocalipse bíblico, a exemplo de ESCURIDÃO, FOGO e MONSTRO; identificamos, em cartuns sobre a COP27, a MC primária O MAU É ESCURIDÃO,⁴⁵ onde ESCURIDÃO refere-se ao apocalipse como consequência de um eminente colapso climático.

Salvador (2022, p. 237) também destaca a exploração exacerbada de tecnologias que podem levar a eventos catastróficos, geralmente associados ao domínio-fonte APOCALIPSE, como a extração e enriquecimento de urânio (que requer uma grande demanda de CO₂), gerando o aumento do efeito-estufa; o alto grau de contaminação gerado por lixo radioativo; e tecnologias nucleares utilizadas para a produção de armas.

Considerando tais postulados, nota-se empiricamente que em redes sociais de ativismo climático, além dos domínios-fonte até então amplamente difundidos como GUERRA e CORRIDA, outros frames e metáforas têm surgido e ganhado maior destaque. Novas formas de representação desta problemática têm motivado um maior engajamento popular e respostas de poderes econômicos e políticos, visando a ações mais humanitárias e empáticas, enfocando aspectos como políticas socioambientais, reparação histórica de países colonizados e explorados, justiça climática, entre outros.

44 Algumas expressões metafóricas que se destacaram em países de língua inglesa: *carbon footprint*, *low carbon diet*, *carbon finance*, *carbon sinner*, *(low) carbon economy*, *carbon market*, *low carbon future*, *greenhouse gas*, *greenhouse*, *emissions*, *notorious greenhouse effect* (pegada de carbono, dieta de baixo carbono, financiamento de carbono, pecador de carbono, economia de (baixo) carbono, mercado de carbono, futuro de baixo carbono, gases de efeito estufa, efeito estufa, emissões, notório efeito estufa (Nerlich, 2012;2014; Hellsten, 2014; Jaspal, 2014; Nerlich, 2014 *apud* Negrea-Busuioc, 2017, p. 122, tradução nossa). Stibbe (2015, p. 66), entre outros autores, aponta metáforas conceituais como GLOBAL WARMING IS A TIME BOMB; CLIMATE CHANGE IS A ROLLERCOASTER; CLIMATE CHANGE IS A PROBLEM; CLIMATE CHANGE IS AN ANGRY BEAST. (O AQUECIMENTO GLOBAL É UMA BOMBA RELÓGIO; MUDANÇAS CLIMÁTICAS SÃO UMA MONTANHA RUSSA; MUDANÇAS CLIMÁTICAS SÃO UM PROBLEMA; MUDANÇAS CLIMÁTICAS SÃO UMA BESTA FURIOSA (tradução nossa).

45 BAD IS DARK (tradução nossa).

Ao estudarmos a metáfora no contexto da Ecolinguística, podemos amparar-nos também em Larson (2011 *apud* Stibbe, 2015, p. 17). O autor defende um enquadre filosófico de sustentabilidade socioecológica, questionando se as metáforas que escolhemos podem nos conduzir ou nos desviar do caminho da sustentabilidade: “(...) are the metaphors we choose fertile, or effective, for socioecological sustainability?”⁴⁶

Nesse sentido, conforme Stibbe (2015) há inúmeros estudos que analisam a estruturação de domínios-alvo como ‘natureza’, ‘o planeta’ e ‘ecossistemas’ a partir de domínios-fonte como ‘jardim’, ‘ilha’, ‘nave espacial’, ‘barco salva-vidas’, ‘relógio’, ‘armazém’, ‘obra de arte’, ‘biblioteca’, ‘teia’, ‘comunidade’, ‘tapeçaria’, ‘organismo’, ‘pessoa’ ou ‘deusa’.

O ecolinguista ressalta que “a maioria dos frames de origem se enquadram em cinco categorias principais: lugares, máquinas, bens, organismos e redes” (*idem*, p. 68, tradução nossa), com algumas exceções, como ‘competição’. Em seguida, discute algumas metáforas conceituais cujas implicações se deparam com a percepção dos indivíduos como parte integrante da natureza ou separados, acima dela; e se tais mapeamentos metafóricos incentivam ou reduzem o respeito por outras espécies, assim como suas contribuições para o aumento da conscientização sobre os limites ambientais.

Para o autor, metáforas conceituais como *NATURE IS A COMPETITION*, *NATURE IS A BATTLE*, *NATURE IS A WAR*, *NATURE IS A STRUGGLE* (Krementsov; Todes, 1991; Larson, 2011 *apud* Stibbe, *idem*), *NATURE IS A MACHINE*, *EARTH IS A SPACESHIP*, *NATURE IS A STOREHOUSE*, *NATURE IS A LIBRARY*, *ECONOMIC GROWTH IS A TIDE*, *THE PLANET IS A PATIENT*⁴⁷ são vistas como destrutivas, pois colocam seres humanos e natureza como entidades distintas, ou os homens como ‘seres superiores’ e a natureza como recurso a ser explorado ou tratado pelos homens.

46 (...) as metáforas que escolhemos são férteis ou eficazes para a sustentabilidade socioecológica? (tradução nossa)

47 A NATUREZA É UMA COMPETIÇÃO, A NATUREZA É UMA BATALHA, A NATUREZA É UMA GUERRA, A NATUREZA É UMA LUTA, A NATUREZA É UMA MÁQUINA, A TERRA É UMA NAVE ESPACIAL, A NATUREZA É UM ARMAZÉM, A NATUREZA É UMA BIBLIOTECA, O CRESCIMENTO ECONÔMICO É UMA MARÉ, O PLANETA É UM PACIENTE (tradução nossa).

Já metáforas conceituais como *NATURE IS A WEB*, *NATURE IS AN ORGANISM*, *NATURE IS A PERSON* e *NATURE IS A COMMUNITY*⁴⁸ são entendidas como positivas, pois incluem o ser humano como parte integrante da natureza, dos ecossistemas.⁴⁹

Em suma, a metáfora e a MC são conceitos metalinguísticos, e a forma como são percebidas irá variar de acordo com nossas respostas aos contextos pragmáticos, considerando o contexto, as circunstâncias discursivas, os sentidos/significados conceituais e cognitivos – neste caso, no contexto de discursos sobre a EC –, a exemplo de padrões de uso, e os sentidos linguísticos, como postulado nos dicionários. As evidências em um ou mais *corpora* podem contribuir para este processo interativo e dinâmico entre os sentidos pragmático e linguístico, assim como ajudar na atribuição de significados e propósitos.

Síntese

O Capítulo 3 enfatizou o papel da Linguística Cognitiva no processo de enquadramento e mapeamento de frames e metáforas conceituais no contexto discursivo da EC. A partir da Semântica de Frames, destacamos como representações mentais estruturadas moldam nossa compreensão e interpretação de realidades culturais e situacionais, entendendo o conceito de frames como esquemas cognitivos que emergem a partir de experiências empíricas, influenciando a percepção e categorização de modelos mentais.

Sob tal perspectiva, nos debruçamos sobre o processo de *framing* ou enquadramento da expressão *Emergência Climática*, amparados pelos dados fornecidos pelas plataformas FrameNet Brasil e FrameNet Berkeley, Califórnia, como também discutimos alguns frames amparados na Ecolinguística e sua relação com a LC.

Por fim, elencamos as representações metafóricas da Emergência Climática como destrutivas e construtivas. Assim como o frame, estudiosos

48 A NATUREZA É UMA TEIA, A NATUREZA É UM ORGANISMO, A NATUREZA É UMA PESSOA e A NATUREZA É UMA COMUNIDADE (tradução nossa).

49 Para a análise detalhada de cada uma destas metáforas, ver: Stibbe, 2015, p. 68-75.

apontam a metáfora como fundamental na estruturação do pensamento e da comunicação, influenciando nossa compreensão do mundo através de metáforas conceituais universais. Durante este percurso, apresentamos uma série de frames e metáforas conceituais relacionadas ao discurso climático encontradas em nossa pesquisa bibliográfica, reiterando que ambos não só refletem visões de realidade(s), mas também moldam nossas percepções e ações, sendo de extrema importância para a ACD e para o estudo de novas representações sociais.

Capítulo 4 – O ciberativismo e a Pragmática Linguística

No presente capítulo visamos destacar a influência das tecnologias digitais e das redes sociais na formação das práticas sociolinguísticas e pragmáticas, considerando as interações entre o ambiente virtual e o mundo físico. Neste sentido, abordaremos o discurso digital em torno da EC seguido do ciberativismo contra o aquecimento global e em prol de políticas de reparação e mitigação dos impactos da crise climática.

Para tanto, nos embasamos na Teoria dos Atos de Fala como inerente ao ativismo – neste contexto, o ciberativismo pelo clima – uma vez que a teoria defende que todo ato de enunciação consiste em uma ação e reflete as intenções dos falantes, ou seja, todo ato de fala, ou ato ilocutório, possui um efeito perlocutório, uma ação intentada pelo enunciador. Considerando que a maior parte de nossos *corpora* provém de contextos digitais, dedicamos uma seção à discussão sobre o ato de *tagging*, ou seja, a viralização de hashtags com a temática de ativismo climático e ambiental.

Como último tópico, discutimos a polarização discursiva no contexto da emergência climática, o que reflete a posição político-ideológica dos enunciadores, fazendo emergir discursos de enfrentamento político e engajamento socioideológico entre os interlocutores.

4.1 O discurso (digital) em torno da crise climática

Os estudos sobre alterações climáticas e sua relação com a humanidade sempre tiveram grande relevância historicamente,⁵⁰ ganhando força a partir do movimento denominado “novo ambientalismo”, a partir da década de 70. Conforme Barbieri & Viana (2013), o primeiro grande marco envolvendo a discussão ambiental ocorreu em 1972, a 1ª Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, também conhecida como Conferência de Estocolmo,

50 Sobre Sociologia do Ambiente, ver: Dunlap, R.E.; Marshall, B.K. (2007). Environmental Sociology. In Bryant, C.B; Peck, D. L. (eds.) *21st Century Sociology: a reference handbook*. v.2, Thousand Oaks, CA, Sage. p. 329-340 e Schmidt, L. (1999). Sociologia do ambiente: genealogia de uma dupla emergência. *Análise Social*, v. XXXIV (150), Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, p. 175-210.

tendo como principais desdobramentos: uma nova ênfase sobre a problemática *homem versus meio ambiente*; o compromisso entre os países mais e menos desenvolvidos; o papel das ONGs; e criação do Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (Unep).

Com a fundação do *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*⁵¹ em 1988 como uma organização mundialmente responsável pela publicação de relatórios científicos acerca da situação climática do planeta, o debate acerca do aquecimento global e seus impactos ultrapassou a esfera científica, entrando também para a política, visando também possíveis estratégias e elementos de inclusão dos estudos climáticos em futuras convenções internacionais sobre o clima.

Em 1990, a publicação do primeiro relatório do IPCC chamou a atenção dos países para a implantação de plataformas de diálogo, o que influenciou a criação da *United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)*,⁵² como resultado da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992, também conhecida como Cúpula da Terra.

Desde a implantação da *UNFCCC*, foram então realizadas as Conferências das Partes da Convenção do Clima (*COPs*), sendo uma das mais importantes a *COP3*, quando foi implantado o Protocolo de Kyoto. Outra convenção que se destacou foi a *COP16*, realizada em Cancun, com a criação do Fundo Verde e a extensão do Protocolo de Kyoto para além de seu prazo de expiração, que seria em 2012 (*op. cit.*, p. 60). As últimas grandes convenções realizadas até a presente data consistem na *COP27*, ocorrida em Sharm El-Sheikh, Egito (2022), e a *COP28*, em Dubai (2023).

Lejeune (2024-no prelo), ao discutir aspectos concernentes ao 5º relatório do *IPCC* (2013), traz à tona a problemática da comunicação de dados científicos para a população leiga. O autor aponta que, para os sujeitos que não sofrem diretamente os impactos do aquecimento global, a questão ainda soa como um fenômeno abstrato, necessitando que as mídias de massa busquem meios mais acessíveis para esclarecer e alertar a população para a

51 Painel Intergovernamental em Mudança Climática.

52 Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima.

problemática que envolve toda a vida no planeta. Para tanto, o pesquisador também recorre à LC no que diz respeito a frames como estratégias retóricas para a criação de novos modelos mentais, nas esferas políticas, educacionais, midiáticas, e discursos de ONGs, por exemplo.

Destarte, este tema, antes restrito a ambientalistas, tornou-se uma das maiores preocupações do século XXI. Conforme Negrea-Busuioc (2017) e Boykoff (2011), as alterações climáticas, desde então, não têm sido apenas um problema das ciências naturais, cujas soluções devem partir exclusivamente da comunidade científica.

Por seu caráter antropogênico, seu alcance tem se estendido também para as áreas sociais, políticas, culturais e até mesmo individuais, afetando diversos interesses de acordo com os atores sociais envolvidos nesta problemática, devido aos seus efeitos locais, nacionais e globais (Bednarek et al., 2022). Portanto, a politização das alterações climáticas, assim como sua mitigação e impactos na economia e na sociedade de maneira geral, tem ganhado maior notoriedade nos debates em torno de questões sociopolíticas através dos discursos midiáticos de massa.

Ripple et al. (2020) alertaram a comunidade científica acerca da crescente problemática, até então não legitimada como uma emergência por líderes políticos, cuja retórica de conscientização ainda chegava lentamente ao público leigo. Os autores destacaram dados publicados pelo *IPCC* nos anos de 2018 e 2019, buscando alertar sobre a EC, que ganhava mais intensidade globalmente:

The climate crisis has arrived and is accelerating faster than most scientists expected (figure 2, IPCC, 2018). It is more severe than anticipated, threatening natural ecosystems and the fate of humanity (IPCC, 2019). Especially worrisome are potential irreversible climate tipping points and nature's reinforcing feedbacks (atmospheric, marine, and terrestrial) that could lead to a catastrophic "hothouse Earth," well beyond the control of humans (Steffen et al. 2018). These climate chain reactions could cause significant disruptions to ecosystems, society, and economies, potentially making large areas of Earth uninhabitable (Ripple et al., 2020, p. 2-3).⁵³

53 A crise climática chegou e está a acelerar mais rapidamente do que a maioria dos cientistas esperava (figura 2, *IPCC*, 2018). É mais grave do que o previsto, ameaçando os ecossistemas naturais e o destino da humanidade (*IPCC*, 2019). Especialmente preocupantes são os potenciais irreversíveis pontos de ruptura climáticos e os *feedbacks* de reforço da natureza (atmosféricos, marinhos e terrestres) que poderiam levar a uma catastrófica "Terra

Desta forma, é fundamental reconhecer o aumento da democratização das mídias de massa, cujas plataformas e redes sociais, a exemplo de telejornais e redes sociais como Instagram, Twitter e Facebook, têm se destacado como canais de comunicação cada vez mais acessíveis, nos quais os usuários podem se expressar abertamente, expor suas opiniões e assim contribuir para a agenda de debates sociais na esfera pública.

Também evidenciamos a importância destes canais como mediadores entre o discurso científico, embasado em dados, e ‘cidadãos comuns’, promovendo novas percepções e perspectivas acerca das questões socioambientais e mudanças comportamentais, a exemplo de: cada vez mais instituições promotoras de economia circular; redução de bens de consumo imediato e produtos derivados de combustíveis fósseis, como o plástico; reciclagem; vegetarianismo; veganismo; uso de meios de transportes menos poluentes; entre outros.

Since renewal energies are described as “sustainable,” their image is also associated with the idea of recycling, as opposed to the programmed obsolescence associated with the consumerist dynamics of capitalism. Supporters of other types of energy, on the other hand, describe renewable technology as is still “immature” or even “Utopian.” Altogether, however, renewable sources of energy are a more respectful option for our planet’s ecosystem (Salvador, 2022, p. 239).⁵⁴

Boykoff (2011) reforça que nesses termos é importante averiguar as formas pelas quais as representações e símbolos midiáticos são produzidos, interpretados e consumidos, podendo influenciar uma gama de possibilidades em termos de governança política. Todavia, embora tais crescentes fontes midiáticas têm sido percebidas como espaços dinâmicos de contestação, nos quais os atores sociais lutam – no sentido discursivo da palavra – para moldar

superaquecida”, muito além do controle dos humanos (Steffen et al., 2018). Estas reações climáticas em cadeia podem causar perturbações significativas nos ecossistemas, na sociedade e nas economias, tornando potencialmente inabitáveis grandes áreas da Terra. (tradução nossa).

54 Uma vez que as energias renováveis são descritas como “sustentáveis”, suas imagens também são associadas à ideia de reciclagem, em oposição à obsolescência programada associada à dinâmica consumista do capitalismo. Os defensores de outros tipos de energia, por outro lado, descrevem a tecnologia renovável como ainda “imatura” ou mesmo “Utópica”. Entretanto, em todo caso, fontes renováveis de energia são uma opção mais respeitosa para o ecossistema do nosso planeta (tradução nossa).

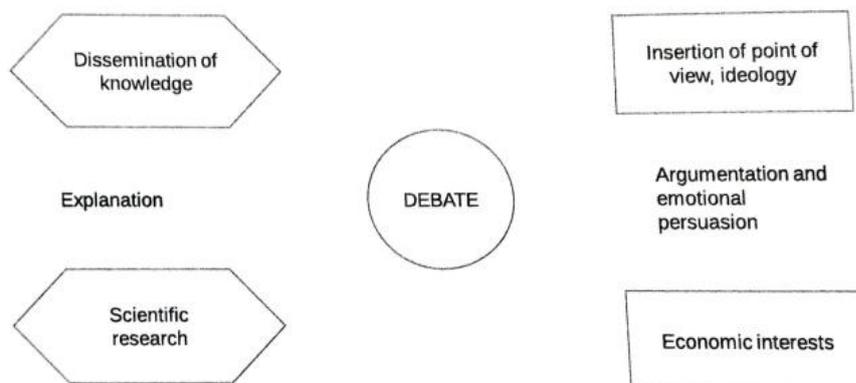
e (re)significar o engajamento público, o autor (*op. cit.*) também ressalta que isso pode não implicar efetivamente uma mudança em termos comportamentais, mas sim funcionar como uma estratégia promotora de maior engajamento.

Salvador (2022, p. 235) aponta 03 principais fatores envolvidos no diagnóstico e prevenção das consequências do aquecimento global, os quais podem levar a uma grande ressonância social e divergência de opiniões: a) o conhecimento científico e sua assimilação pela opinião pública; b) o conflito de interesses econômicos e sociopolíticos; c) a dinâmica de emoções coletivas estudadas pela psicologia social. Tais fatores servem como estruturantes de conflitos nos debates públicos, através dos discursos que geram representações sociais, argumentos e contra argumentos, e respostas emocionais.

Nos debates públicos e como veremos mais adiante na análise de dados, é advogada uma transformação na mentalidade dos sujeitos situados sociohistoricamente, com vistas a combater o consumo excessivo enquanto base do sistema capitalista. Salvador (*idem*) reconhece a necessidade da reeducação dos conceitos sociais de vida, quaestionado a austeridade sob a qual vivemos que nos restringe à ideia de progresso a todo custo. Este preceito, amparado na tradição marxista, refuta o discurso capitalista do domínio humano das riquezas naturais e o acúmulo dessas riquezas em prol do benefício da humanidade. Tal esforço anticonsumista possui elementos da teoria do Ecosocialismo e do Decrescimento Sustentável, defendida por Latouche (2011).

Salvador (*idem*) também defende que a disseminação da autoridade científica deve ser ampliada e reformulada, de maneira acessível ao público em geral, com seus debates polêmicos em torno de pontos de vista, ideologias subjacentes, estratégias argumentativas e persuasivas, interesses socioeconômicos, ou seja, que a problemática interseccional seja contemplada em registros linguísticos em todos os seus domínios, emocionais, conflituosos e abrangentes em seus mais variados conflitos de interesses:

Figura 1 – Discursos sobre energias através de diferentes gêneros



Fonte: Salvador, 2022, p. 242.

Sob tais premissas, Bednarek et al. (2022), no artigo *Winning the discursive struggle? The impact of a significant environmental crisis event on dominant climate discourses on Twitter*, discutem os discursos em torno da EC apoiando-se no domínio-fonte LUTA (*struggle*, tradução nossa).

Assim como nossa pesquisa, os referidos autores também percebem as hashtags e o ciberdiscurso como indicações de “uma luta discursiva mais ampla na sociedade, ou seja, uma luta entre discursos que competem entre si para definir aspectos do mundo social” (*op.cit.*, p. 2, tradução nossa), trazendo as hashtags *#climateemergency* e *#arsonemergency* (se referindo às queimadas ocorridas no leste da Austrália em 2019-2020) como exemplos de ativismo no Twitter.

Ratificamos tal postulado, quando os pesquisadores defendem que os discursos nas redes sociais geralmente são guiados pela motivação de legitimação de uma perspectiva, ação ou discurso em detrimento da deslegitimação de outro:

These two concepts – discursive struggle and legitimation – should therefore be seen as being inextricably linked, as the very label of ‘struggle’ is suggestive of resistance, opposing views and ideals, or differing values and beliefs. Such a struggle tends to occur with one party seeking to establish legitimacy for its views and to delegitimise the arguments of those in opposition. Discursive

legitimation becomes an outcome of discursive struggle (...) (Bednarek et al., 2022, p.2).⁵⁵

Outro resultado significativo demonstrado no referido artigo também diretamente relacionado ao nosso trabalho consiste nos aspectos interseccionais encontrados no *corpus*. Os autores (*op. cit.*, p. 12) destacam que surgiram, por exemplo, hashtags relacionadas à COVID-19, racismo, acesso a cuidados médicos, o que sugere que o discurso acerca da EC abarca também outras preocupações voltadas a injustiças sociais, ou seja, as alterações climáticas não são vistas apenas como uma questão ambiental, mas também social.

Além disso, a supracitada pesquisa reforça que as discussões sobre o clima atuam como fios condutores de outros discursos, ganhando maior proeminência na esfera digital e nas agendas de justiça social – agora, também, a expressão *justiça climática* tem estado no centro deste debate, instigando os poderes políticos e econômicos a reconhecer a responsabilidade sobre a crise, assim como buscar soluções. De acordo com Boykoff (2009), esta agenda resulta da combinação das ações contra as alterações climáticas combinadas com outros projetos envolvendo justiça social e direitos humanos.

Portanto, em conformidade com Hoffman (2015), assumimos que o debate sobre as alterações climáticas não se resume apenas aos gases de efeito de estufa; trata-se, também, de visões de mundo e crenças ideológicas e culturais concorrentes de pessoas que devem aceitar os aspectos evidenciados pela ciência, mesmo quando suas crenças são desafiadas.

Ou seja, ao nos engajarmos no debate, devemos reconhecer não somente a ciência das alterações climáticas, mas também os processos e táticas sociopolíticas – e, no contexto de nossa tese, sociodiscursivas – necessárias para que as pessoas a ouçam.

55 Estes dois conceitos – luta discursiva e legitimação – devem, portanto, ser vistos como estando inextricavelmente ligados, uma vez que o próprio rótulo de “luta” sugere resistência, pontos de vista e ideais opostos, ou valores e crenças diferentes. Tal luta tende a ocorrer com um partido que procura estabelecer legitimidade para os seus pontos de vista e deslegitimar os argumentos da oposição. A legitimação discursiva torna-se um resultado da luta discursiva (...) (tradução nossa).

4.2 O ciberativismo entre o público jovem e a Teoria dos Atos de Fala: enunciar é agir!

Sabemos que a internet é cada vez mais um artefacto imprescindível em nossas vidas cotidianas, definindo nosso pertencimento ou não a um universo, a grupos sociais, determinando nossos modos de inserção e interação com o mundo, com a sociedade em seus moldes atuais de organização.

Como ferramenta de auxílio – ou, muitas vezes, como principal ferramenta – em um mundo cujas subjetividades e saberes têm sido ditados por intermédio do virtual, atualmente as redes sociais modificam a relação do Eu *versus* o Outro, nossos modos de produção e nossas formas de perceber as possíveis realidades que nos permeiam. Conforme Jones et al. (2015) estas novas práticas são também desafiadoras para analistas do discurso, levando em consideração os aspectos envolvidos na comunicação, ou seja, como linguistas percebem a própria natureza da língua e da construção textual.

Isso posto, há incontáveis estudos em diversas áreas científicas que tentam dar conta da diversidade e complexidade envolvidas nos processos que envolvem os sujeitos e suas relações com a vida ‘virtual’ e as redes sociais, todavia, tais estudos que buscam compreender as idiosincrasias que dizem respeito à relação SUJEITO *versus* DISCURSO DIGITAL não conseguem acompanhar este processo com a mesma velocidade. As práticas digitais transpassam os limites entre os espaços ‘online’ e ‘offline’, entrecruzando o ‘físico’ e o ‘virtual’, os sistemas tecnológicos e sociais (Jones et al., 2105, p. 3).

Neste contexto, Jones et al. (*op. cit.*) propõem o estudo de práticas sociais situadas, ou seja, práticas concretas, em cujos contextos específicos os sujeitos se manifestam através da comunicação mediada pela tecnologia (i.e. computadores, aplicativos, celulares), agindo individualmente, mas como membros de grupos sociais. Dessa forma, a partir da observação de práticas situadas, é possível coletar e observar dados envolvendo pessoas, ações, circunstâncias, relações ‘reais’, manifestando práticas culturais.

What we mean by ‘digital practices’, then, are these ‘assemblages’ of actions involving tools associated with digital technologies, which have come to be

recognized by specific groups of people as ways of attaining particular social goals, enacting particular social identities, and reproducing particular sets of social relationships (Jones et al., 2105, p. 3).⁵⁶

Por esta razão, considerando o capitalismo e seus mecanismos de retórica comunicacional, é fundamental olharmos para a relação entre os jovens e as redes sociais por um viés sociológico, uma vez que é quase impossível, nos dias atuais, falarmos em culturas juvenis sem levarmos em conta as mídias que regulam suas vidas e suas escolhas.

Por isso, as ciências cognitivas e comportamentais estão intimamente atreladas às retóricas midiáticas, um *continuum* dialógico e ideológico, impossível de serem analisadas isoladamente. Por exemplo, basta sairmos às ruas para observarmos processos de socialização dos jovens guiados por suas vivências digitais, ditadas e intensificadas por seus *smartphones* e outros *gadgets* eletrônicos.⁵⁷

Ademais, Alves (2017, p. 172-173) reforça o papel atual das chamadas “tecnologias intelectuais”, explicadas como “ferramentas que usamos para estender ou dar suporte aos nossos poderes mentais.” O autor compara artefatos eletrônicos como celulares e internet aos “antigos” relógios, mapas e livros, reforçando como os supracitados dispositivos, atualmente, podem impactar e definir nossas habilidades cognitivas como “encontrar, classificar e interpretar informações, formular e articular ideias, [...] expandir a capacidade de memória, ocupar nossos sentidos e direcionar nossa atenção, etc.”

Conforme Jones et al. (2015), a partir do ponto de vista da análise do discurso mediada, todas as ações humanas perpassam artefatos ideológicos, dos quais alguns são tecnológicos, a exemplo de computadores, celulares, sensores, e outros semióticos, como textos, imagens e outras formas discursivas. É destacado que tais artefatos não somente medeiam as relações dos atores sociais entre o ‘mundo virtual’ e o ‘mundo externo’; ao passo que o

56 O que queremos dizer com 'práticas digitais', afinal, consistem nestas 'montagens' de ações envolvendo ferramentas associadas a tecnologias digitais, que passaram a ser reconhecidas por grupos específicos de pessoas como formas de se alcançar objetivos sociais específicos, promulgando identidades sociais específicas e reproduzindo elementos particulares de relações sociais (tradução nossa).

57 Victoria Carrington (2015 *apud* Jones et. al., 2015) também destaca o *Iphone* como um artefacto ideológico, mostrando como o comportamento dos jovens atualmente é quase sempre indissociado destes aparelhos, quando acessíveis.

sujeito faz uso de determinada ferramenta, ele também modifica sua prática social:

The central idea of cybernetics is that the workings of biological organisms, ecological systems, and many mechanical devices can be understood as a matter of how they use informations to adapt to changing conditions in their environments, and central to this idea is the concept of 'feedback', the notion that information about the results of past behaviour can serve to guide future behaviours (*ibid.*, p. 32).⁵⁸

De acordo com Ponte (2017), estes meios digitais de interação social podem fortalecer as relações daqueles que já vivem fisicamente próximos, servindo como meio de intensificação das identidades de grupo, o que aproxima as relações virtuais das presenciais. Assim como as gerações anteriores reforçavam seus laços através de cartas, cartões-postais ou telefonemas, atualmente as redes sociais atuam de maneira similar quanto às trocas e partilhas de experiências.

Entretanto, o que singulariza o ciberespaço é justamente o fato dele permitir que as informações circulem livremente em suas incontáveis redes interativas, desprendidas do 'mundo físico'. Por este ângulo, a *web* atua de certa forma como organizadora da realidade; mais amplamente do que uma mera difusora de informações, as interações em rede transformam as informações e as interações sociais para além do mundo físico e estático, processo este denominado "desterritorialização das informações" (Bialer; Voltoni, 2017, p. 66).

Entretanto, também é questionado pelos autores se, de fato, a arquitetura de participação social que outrora não existia, ou era muito restrita, atualmente é realmente livre ou/e até que ponto é controlada horizontalmente:

Hoje está em voga falar que na internet se tem liberdade, o que muitas vezes é retratado como um empoderamento de pessoas que não tinham lugar na cena social, mas precisamos levantar a questão se de fato a tecnologia digital da

58 A ideia central da cibernética é que o funcionamento dos organismos biológicos, sistemas ecológicos e muitos dispositivos mecânicos pode ser entendido como uma questão de como as informações são usadas para a adaptação dos sujeitos às mudanças nas condições de seus ambientes; central para essa ideia é o conceito de 'feedback', a noção de que as informações sobre os resultados de comportamentos passados podem servir para orientar comportamentos futuros (tradução nossa).

web é favorecedora de uma arquitetura de participação social que não existia outrora. Se, por um lado, as pessoas podem interagir de modo menos controlado verticalmente pelo Estado, por outro, surge com cada vez mais evidência a expansão de controle horizontais (Bialer; Voltoni, 2017, p. 66).

Muito se fala sobre empoderamento da juventude e de seu maior poder coercitivo propiciado pelos multimeios, aplicativos, redes sociais e artefactos tecnológicos; todavia, é fundamental acentuar que também nesse modelo de ativismo estão imbricadas relações de poder e coerção exercidas por aqueles sujeitos com maior visibilidade mundial, favorecida pela cultura digital. De qualquer forma, nota-se o empoderamento e, naturalmente, um maior acesso à informação de uma juventude há até algumas décadas limitada a círculos sociais restritos à sua casa, família ou grupo de amigos.

Jones et al. (2015) destacam que meios mais recentes de disseminação de discursos servem para a construção de novas práticas sociais, assim como a formação e manutenção de comunidades associadas a estas práticas, as quais constroem novas versões da realidade, ou ideologias, manifestando assim novas relações de poder tanto em nível individual quanto em grupos.

Ainda sob esta perspectiva, Stengel & Mineiro (2017, p. 136) postulam que “(...) as redes constituem-se em novos ambientes culturais”, entrelaçando e propiciando aos adolescentes novas formas de relações sociais e exploração de suas identidades, ou seja, revisitando suas formas “de ser e estar no mundo.” Pelo fenômeno das redes sociais, passamos da sociedade da informação para a sociedade de *compartilhamento da informação* (grifo nosso), cujo protagonismo parte dos jovens que (re)criam novas formas de comunicação a todo o momento e se utilizam das redes para disseminação de seus pensamentos, valores e posturas ideológicas – implícita ou explicitamente.

Em meio a esta nova dinâmica de ativismo e empoderamento da juventude, em um contexto de resistências políticas, socioideológicas e contraculturas, os estudos nesta área destacam a hibridização entre o real e o virtual, dado que não vivemos ora no ‘mundo’, na ‘rua’, ora na rede. Conforme Malini & Antoun (2013) nossa experiência subjetiva e política é cada vez atravessada por estas duas dimensões simultaneamente e dialogicamente. A

expressão *netwar*, traduzida como *guerra em rede*, manifesta as narrativas em disputa pelos usuários, que se confundem com suas ações no ‘mundo real’ e no ‘mundo virtual’.

Para os jovens, o real e o virtual encontram-se; uma e outra dimensão entrelaçam-se no curso de suas existências, expandindo o espaço psíquico para o universo digital por eles frequentado. Se as ferramentas oferecidas pela internet são, para a maioria, formas de se diferenciarem, propícias para a “construção de si”, no entanto, para outros – que estão presos em suas fantasias, não se sentindo bem em suas vidas e em busca de alternativas – elas exercem grande fascínio. As tecnologias de informação e de comunicação transformaram radicalmente o emprego do tempo, a vida cotidiana, as modalidades de relação com os outros e a intimidade. Para alguns, elas constituem uma alternativa para a vida real, uma proteção contra as ambivalências do mundo (Le Breton, 2015, p. 15).

Hardt & Negri (2005) destacam que movimentos sociais de resistência – o ‘agir sobre o mundo’ – vistos de fora, parecem sem organização, espontâneos e anárquicos. Entretanto, os autores chamam estes novos fenômenos de ‘inteligência de enxame’, ou *SMOs* (*Social Movement Organizations*), uma vez que, quando vistos a partir do interior das redes e das mídias, mostram-se racionais, criativos e organizados. Como exemplo, Castells (2013) e Silva (2014) citam a Primavera Árabe, os Indignados na Espanha e o *Occupy Wall Street*, movimentos que se valeram de diversos suportes, desde as redes sociais aos espaços urbanos, ganhando abrangência local e global.

Xiong et al. (2018) estudaram o movimento *#MeToo* no Twitter, acerca dos direitos das mulheres. Sobre a luta feminista citamos também Arnáiz & Filardo-Llamas (2020). No Brasil, alguns dos movimentos que começaram nas redes sociais e ganharam as ruas os protestos contra o aumento das tarifas dos transportes públicos em São Paulo, em 2013, e a Primavera Secundarista, em 2016, ambos motivados e organizados por adolescentes, estudantes de Ensino Médio. A Primavera Secundarista resultou em greve escolar e tomada de escolas em diversas cidades brasileiras, em prol da luta por direitos e contra a redução orçamentária governamental para as esferas públicas da saúde e educação (Ribeiro, 2020).

Assim, ações coletivas e movimentos sociais juvenis são consequência da inquietação e frustração dos jovens diante de condições de vida subjugadas, ou marginalizadas – no caso deste trabalho, a falta de esperança

no futuro do planeta e a responsabilidade que acaba por recair sobre as gerações mais novas, que sofrerão com mais afinco as consequências do aquecimento global.

Todavia, Pais (2017) destaca que é justamente o desejo de mudança que move a juventude para a mobilização, interconectando-se, desenvolvendo cumplicidade e participação cívica e política através da interação online. As redes sociais, discussões e protestos online manifestam-se como uma reinvenção do agir político, uma forma não institucionalizada de fazer política, o ciberativismo como participação consciente e protagonismo político em terrenos culturalmente marcados.

O referido autor (*ibid.*, p. 52-53) destaca que estas novas formas de participação “marcadas pela defesa de uma causa comum, reivindicam experiências subjetivas no âmbito de uma política digital para a vida”, promovendo “uma cultura da autonomia, matriz fundamental das sociedades contemporâneas.”

Desta forma, a interpretação dos conteúdos online envolve práticas de poder e a cibercultura que, enquanto prática socioculturalmente e historicamente mediada pelas redes de informação, contribui para a continuidade/dialogismo de nossas ações em contextos online e offline, que se (re)significam constantemente. A partir destas afirmações, Alves (2017, p. 171) traz as seguintes indagações, que consideramos relevantes para as reflexões levantadas nesta tese:

Quais são as repercussões cognitivas, políticas e éticas nesse processo? Ou seja: como nossa maneira de pensar e nossas habilidades cognitivas são alteradas pelas novas práticas do mundo digital? Qual é o regime de poder instaurado por esta nova ordem e como ele funciona? E quais as posições-sujeito emergentes? As questões acima apontam para três domínios distintos, centrais na tradição filosófica, para os quais a pesquisa vem sendo direcionada: o cognitivo, o político e o ético.

Portanto, é fato que as novas tecnologias de informação (TICs) e a comunicação mediada por computador (CMC) sinalizam novos sentidos às realidades biopolíticas e às nossas percepções de mundo, como valores e crenças. Alves (*ibid.*, p. 174) denomina esta nova perspectiva “tecnologia do

poder” ou “ciberpoder”,⁵⁹ ou seja, quando as formas de controle e acesso à informação estão atreladas às TICs e aos artefatos tecnológicos ideológicos, como já citado. Assim, com o ciberespaço, é necessário repensar os mecanismos de poder atrelados a estes artefatos, através das incontáveis possibilidades de conexões ao redor do mundo, e como as formas de comunicação pelas redes sociais também podem dar azo a novas ideias de dominação, detenção de conhecimento e como este conhecimento é veiculado, desencadeando conflitos, além de novos modos de afrontamento e resistência.

Partindo destes postulados acerca do ciberativismo, fica nítida a sua relação com a Pragmática Linguística e a Teoria dos Atos de Fala (Austin, 1962; Searle, 1969; Gouveia, 1996; Lima, 2007) ao defenderem que: um ato de enunciação é praticar uma ação; falar é agir sobre o mundo; e discurso é ação.

Assim, ao fazermos uma declaração, seja em contextos virtuais ou não, expressamos mais do que apenas falamos, ou seja, as cargas semânticas dos enunciados vão além das palavras: as inferências, o ambiente, as normas sociais, os objetivos do falante, as percepções dos ouvintes, entre outros fatores extralinguísticos, nos ajudarão a definir nossa compreensão semântico-pragmática de um ato enunciativo. Searle (1969) postula que toda comunicação linguística (oral ou escrita) envolve atos de fala com determinadas intenções.

Lima (2006, p. 20) também destaca que “(...) usar uma linguagem ou falar são formas de fazer coisas (...)”, por exemplo, sempre que falamos praticamos ações como pedir desculpas, fazer uma pergunta ou uma afirmação, dar uma ordem, prestar condolências, parabenizar, prometer, entre outras. Tal noção vincula-se ao denominado *ponto ilocutório* (Searle, 1979) ou *força ilocutória* (Austin, 1962), ou seja, o propósito do falante:

(...) we tell people how things are, we try to get them to do things, we commit ourselves to doing things, we express our feelings and attitudes and we ring

59 “O prefixo ‘ciber-’, derivado de cibernética (que vem do grego *κυβερνητικός* e significa a habilidade de navegar ou governar), tem sido comumente empregado para descrever novas entidades ou eventos que ocorrem no ciberespaço, entendido como o ambiente que emerge da interação entre máquinas por meio da internet e do meio digital” (Alves, M. A. S., *ibid.*, p. 174).

about changes through our utterances. Often, we do more than of these at once in the same utterance (Searle, 1979, p. 29).⁶⁰

Em Lima (2006), os atos de fala são também chamados *atos de enunciação*, pois leva-se em consideração o contexto de produção de determinada ação comunicativa. É importante destacar, em termos de nomenclatura, que os atos de enunciação consistem na realização física, enquanto o ato ilocutório está sujeito à interpretação dos interlocutores. “Assim, para que os falantes compreendam os atos ilocutórios, é necessário conhecimento semântico e pragmático (contexto da enunciação) da língua” (Ribeiro, 2015, p. 27).

Uma das principais assunções da Teoria dos Atos de Fala relevante para nossa pesquisa se ampara no pressuposto de que quando enunciamos, ou praticamos um ato ilocutório, agimos de forma a persuadir o interlocutor a praticar uma ação específica, seja linguística ou não, o que nos remete ao conceito de efeito ilocutório. Lima (2006, p. 35) esclarece que “para cada acto ilocutório há (...) um efeito ilocutório que o falante quer produzir (...) constituindo a prática deste acto.” Caso este efeito seja atingido, os atos ilocutórios são realizados com sucesso; e o resultado dos efeitos ilocutórios são então denominados *efeitos perlocutórios*.

Saying something will often, or even normally, produce certain consequential effects upon the feelings, thoughts, or actions of the audience, or of the speaker, or of other persons: and it may be done with the design, intention, or purpose of producing them; [...] we shall call the performance of an act of this kind the performance of a ‘perlocutionary’ act, and the act performed [...] a ‘perlocution’ (Austin, 1962, p. 101).⁶¹

Como já pontuado, os possíveis efeitos perlocutórios irão depender do contexto de enunciação. Assim, “(...) qualquer acto ilocutório pode dar azo a

60 (...) dizemos às pessoas como as coisas são, tentamos levá-las a fazer coisas, comprometemo-nos a fazer coisas, expressamos os nossos sentimentos e atitudes e anunciamos mudanças através das nossas declarações. Geralmente, fazemos mais do que isso, ao mesmo tempo, na mesma expressão (tradução nossa).

61 Dizer algo irá frequentemente, ou mesmo normalmente, produzir certos efeitos sobre os sentimentos, pensamentos ou ações do público, ou do falante, ou de outras pessoas: e isso pode ser feito com o desígnio, intenção ou propósito de produzi-los; [...] chamaremos a realização de um ato deste tipo de realização de um ato ‘perlocutório’, e o ato realizado [...] de ‘perlocução’ (tradução nossa).

mais do que um efeito perlocutório, o que equivale a dizer que através de um ato ilocutório se pode praticar mais do que um ato perlocutório” (Lima, 2006, p. 35).

Tal afirmação faz-se fundamental no contexto de nossa análise de dados, uma vez que optamos pela classificação das hashtags a partir de seus efeitos perlocutórios, no contexto do ativismo climático. Em diálogo com tal postulado, nos voltamos a Stibbe (2015, p.1), quando afirma que “a forma como pensamos influencia em nossos modos de ação, assim, a linguagem pode nos inspirar a destruir ou a proteger os ecossistemas dos quais a vida depende” e a defesa de que pensamento e linguagem são formas de ação “começa a criar conexões nas mentes das pessoas entre as duas áreas da vida – linguagem e ecologia – que não se separam de forma alguma” (tradução nossa).

Assim, para efeito de classificação das hashtags, destacaremos abaixo de forma bastante básica as taxonomias dos atos de fala propostas por Searle (1979) e Lima (2006):

Tabela 1 – Taxonomia de Searle (1979) & Lima (2006) para os atos ilocucionários

Classificação dos atos de fala	Definição	Exemplos
Assertivos	Comprometem o falante, em maior ou menor grau, à verdade da proposição; são suscetíveis aos valores de crença de verdadeiro/falso.	ser, afirmar, informar, avaliar, negar, gabar-se, reclamar, concluir, deduzir, sugerir etc.
Diretivos	Exprimem o desejo de levar o interlocutor a praticar uma ação.	Pedir, convidar, mandar, rogar, permitir, proibir, aconselhar, afrontar, desafiar, etc.
Compromissivos ou Comissivos	Comprometem o falante a realizar uma ação futura.	prometer, jurar, comprometer-se, ameaçar etc.
Expressivos	Expressam um estado psicológico acerca de um estado de coisas.	Agradecer, congratular, desculpar-se, dar pêsames, deplorar, lamentar etc.
Declarativos	Produzem um novo estado de coisas; ligados a instituições, hierarquias ou cargos.	Definir, intitular, nomear, declarar, demitir alguém, batizar etc.

Fontes: Searle (1979, p. 12-20); Lima (2006, p.45-50).

Também relevante para nossa classificação é o conceito de atos de fala ou atos ilocutórios indiretos, que são aqueles preferidos a partir de inferências

e pressuposições, ou seja, mais uma vez dependentes do contexto enunciativo para sua interpretação. Searle (1979, p. 31-32) postula que:

In indirect speech acts the speaker communicates to the hearer more than he actually says by way of relying on their mutually shared background information, both linguistic and nonlinguistic, together with the general powers of rationality and inference on the part of the hearer. (...) in some cases, convention plays a most peculiar role.⁶²

Ainda de acordo com Searle (1979), os diretivos tendem a ser a classe mais comum entre os atos indiretos, uma vez que “consistem em propostas indiretas desempenhadas como asserções indiretas” (Ribeiro, 2015, p. 34). Consideramos crucial este postulado, pois em nossos *corpora*, nos deparamos com asserções, grupos nominais e atos expressivos que, no contexto de *tagging* e ativismo climático podem claramente ser interpretados como atos diretivos, uma vez que sua força ilocutória reside no esforço de informar e conscientizar o interlocutor acerca das inúmeras questões interseccionais que envolvem a crise climática.

Ou seja, o ciberativismo e os discursos estudados neste trabalho apontam para o propósito de instigar os interlocutores a se unirem à causa climática e socioambiental e reverem seus hábitos de consumo, assim como mobilizam a atuação dos sujeitos históricos em um mundo sob a constante eminência de eventos climáticos extremos, visando mitigá-los.

4.3 O ato de *tagging* e a polarização discursiva como ferramentas de ativismo climático e sociopolítico

Sendo os movimentos sociais em rede reconhecidos como formas de ativismo (Castells, 2013; Xiong, 2018; Medeiros, 2020), não é de admirar que, na comunicação ciberativista sobre EC, são introduzidas discussões temáticas controversas sob a forma de argumentação polarizada. Assim, muitos jovens ativistas climáticos agem sobre a opinião pública denunciando más práticas

62 Nos atos de fala indiretos, o falante comunica ao ouvinte mais do que realmente diz, confiando no repertório mutuamente partilhado, tanto linguístico como não-linguístico, juntamente com a capacidade de racionalidade e inferência por parte do ouvinte. (...) em alguns casos, a convenção desempenha um papel muito peculiar (tradução nossa).

ambientais em todo o mundo, devido à falta de compromisso dos políticos e das grandes potências econômicas no poder, o que contrasta com a participação inspiradora em manifestações digitais e de rua para que sejam tomadas medidas de ação urgentes pela preservação do meio ambiente. Este tipo de ativismo determina seus campos discursivos de ação e controle através do uso de diferentes gêneros, como forma de representar o EU *versus* o OUTRO, (re)definindo assim suas marcas identitárias e seus objetivos de luta.

Sabe-se que por trás das posições que apoiam ou se opõem a este ativismo, encontram-se poderosos *lobbies* que defendem seus interesses econômicos com estratégias ideológicas e políticas. Se assumirmos que os conflitos são inevitavelmente mediados pelas práticas discursivas, na nossa perspectiva de análise focamos na função da linguagem utilizada nesses processos antagônicos.

Com isso, um dos nossos enfoques consiste também na semântica lexical que, em conjunto a seus vieses avaliativos pragmáticos, assim como seu potencial metafórico nas diferentes línguas, permeia um campo de análise altamente produtivo para a compreensão de como funcionam os inúmeros e divergentes debates em torno do tema em questão (Salvador, 2022).

Embora a tecnologia por si só não possa ser considerada um mecanismo de ativismo e mudança social, as redes sociais constituem importantes ferramentas para a disseminação e (re)significação de ‘verdades’ e comportamentos, como argumenta Tagg (2015). Além disso, sequenciando Nisbet (2009) e Lakoff (2010), discutir a EC nas redes sociais, dissecando os seus quadros de conceptualização, pode contribuir para a mudança da forma como a sociedade pensa sobre o conjunto de questões ambientais intrincadas e prementes.

Smith (2005, p. 5 *apud* Xiong et al., 2018) define ativismo como um processo pelo qual “grupos de indivíduos exerce pressão sobre organizações ou outras instituições com o objetivo de mudar políticas públicas, práticas, ou quaisquer outras condições consideradas problemáticas” (tradução nossa).

Nesse sentido, são postuladas três perspectivas dominantes para o ativismo:⁶³ (i) ativistas são antagonistas organizacionais; (ii) o papel desempenhado por profissionais das áreas de relações públicas; e (iii) organizações ativistas são percebidas como cocriadoras de relações entre organizações o público em geral.

Para nosso estudo, são consideradas as perspectivas (i) e (iii) – ativistas como antagonistas de organizações e poderes políticos cujas promessas não demonstram resultados perceptíveis; e ativistas enquanto cocriadores ou reformuladores da opinião pública, através de retóricas discursivas que promovam parceria comunicativa, negociação, significados sociais partilhados e movimentos sociais, possuindo um papel fundamental no (re)pensar de políticas públicas e em mudanças sociais (neste trabalho, esses significados sociais são demonstrados pelos frames e metáforas conceituais, a serem explorados na análise de dados).

Por conseguinte, Xiong et al. (*ibid.*, p. 12) defendem que o ativismo através de hashtags e frames tem avançado e demonstrado grande eficiência no que diz respeito aos movimentos sociais organizados via comunicação digital em redes por três principais razões:

(...) social media platforms allow for rapid information exchange and dissemination beyond geographical boundaries (...) social media platforms allow users to generate their own content, express opinions on issues, share information within personal networks, and form communities based on personal relationships, shared characteristics, and interests (Fuchs & Sandoval, 2014). (...) social media facilitate interactivity between an organization and public (Avidar, 2018) and foster socio-political discussion and participation (Fuchs & Sandoval, 2014).⁶⁴

Outro ponto relevante para esta discussão consiste no fato de que mídias sociais e redes descentralizadas permitem que ativistas e movimentos

63 Grunig, 1989; Holtzhausen, 2007; Toledano, 2016; Uysal & Yang, 2013; Yang & Taylor, 2010 *apud* Xiong et al., 2018.

64 Primeiramente, as plataformas de mídias sociais permitem a rápida troca e disseminação de informações para além das fronteiras geográficas (...). Em segundo lugar, as plataformas de mídias sociais permitem aos utilizadores gerarem seus próprios conteúdos, expressarem opiniões sobre questões, partilharem informações em redes pessoais e formarem comunidades baseadas em relações pessoais, características partilhadas e interesses (Fuchs & Sandoval, 2014). Ademais, as mídias sociais facilitam a interatividade entre uma organização e o público (Avidar, 2018) e promovem a discussão e a participação sociopolítica (Fuchs & Sandoval, 2014). (tradução nossa).

sociais se posicionem ampla e publicamente, exercendo papéis cruciais como agentes de mudança e influenciadores de discursos, provocando ações coletivas.

Neste processo, as hashtags funcionam como “sistemas de indexação” (Xiong et al., 2018) que permitem aos usuários uma cacofonia de vozes, identificando assuntos e agendas relevantes de debates, o que foi então denominado *ativismo de hashtag* ou o “ato de lutar ou apoiar uma causa com o uso de hashtags como principais meios para aumentar a conscientização sobre um assunto e incentivar o debate nas redes sociais” (Tombleson; Wolf, 2017, p. 15 *apud* Xiong et al., 2018, p. 12, tradução nossa).

Em concordância com a definição de gênero discursivo apontada por Bakhtin (2003), também entendemos a hashtag como um gênero característico de plataformas digitais como blogs, redes sociais, sites, entre outros. Para o autor, a definição de gênero está ligada à concepção de linguagem como um fenômeno essencialmente social e interacional, sendo tipos relativamente estáveis de enunciados que surgem de situações comunicativas específicas e que se repetem em diferentes contextos, permitindo a organização da comunicação humana através de práticas sociais.

Assim, a hashtag, inerente às práticas de comunicação nas mídias digitais, cumpre essa função, pois é um modo de enunciar, organizar e categorizar informações e, ao mesmo tempo, promover interações sociais. Além disso, ela tem características próprias que a tornam reconhecível e funcional em contextos específicos, como o uso de palavras ou frases sem espaços precedidas pelo símbolo ‘#’. No âmbito pragmático e internacional, podemos elencar funções como agrupar conteúdos, facilitar buscas e criar engajamento em torno de temas, campanhas ou eventos.

Barton (2015, p. 48) ratifica tais postulados, ao reafirmar o ato de *tagging* como endêmico às mídias digitais, tendo se constituído em um importante recurso em redes sociais; a hashtag é usada com um *hiperlink*, o que remete os usuários a incontáveis acessos a conteúdos em torno de uma mesma temática, permitindo aos pesquisadores examinarem textos e práticas digitais,

a partir de um nível micro, individual, para um nível macro, de práticas sociais e conhecimentos culturais.

Como já citado, ao apanharmos um conjunto de hashtags, é possível inferir processos de construção de sentidos e fontes de narrativas. Isso será visto mais claramente na análise de dados qualitativos, quando esmiuçaremos um *corpus* de hashtags como componentes de posts de ativismo; assim como as imagens, cores, fotos, estratégias retóricas, as hashtags estão presentes para reforçar estratégias de persuasão e disseminação de discursos.

Looking beyond the tags to the rest of the page, tagging is a writing space situated within an assemblage of other writing spaces, images and layout. Whether they are creating the page or looking at the page, people are making meaning in relation to the whole page, including the tags. Tags are not just separated 'metadata' but they can be a central part of the meaning making, contributing to the overall coherence of the page. Tags are situated and often they do make any sense outside of their context of use. (...) people are inventing new concepts and exhibiting linguistic creativity. In a meme-like way, these can get picked up by other users. There is a great potential for new lexical items (Barton, 2015, p. 64).⁶⁵

No artigo *Llamamientos feministas en Twitter: ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huelga del 8M y la manifestación contra la sentencia de "La Manada"*, Arnáiz & Filardo-Llamas (2020) discorrem acerca da crescente tecnologização do discurso, enfatizando também os processos de *tagging* e as estratégias multimodais de ativismo no Twitter. As autoras defendem que “a relação entre a tecnologia e a práxis social é bidirecional, sendo a tecnologia influenciadora das ações humanas ao mesmo tempo em que é também reflexo destas” (*idem*, p. 57, tradução nossa).

Também destacamos o estudo *Hashtag Standards for Emergencies* (Moore; Verity, 2014), uma vez que ele aborda a importância do uso de

65 Olhando além das tags para o resto da página, a ação de tagging é um espaço de escrita situado dentro de um conjunto de outros espaços de escrita, imagens e layouts. Quer estejam criando a página ou visualizando-a, as pessoas estão criando significados em relação a toda a página, incluindo as tags. As tags não são apenas “metadados” separados, mas podem ser uma parte central da construção de significado, contribuindo para a coerência geral da página. As tags são situadas e geralmente fazem sentido fora dos seus contextos de uso. (...) as pessoas estão inventando novos conceitos e mostrando criatividade linguística. Assim como o meme, elas podem ser utilizadas por outros usuários. Existe um grande potencial para novos itens lexicais (tradução nossa).

hashtags em situações de emergência humanitária. A obra visa padronizar hashtags em casos emergenciais, de forma a facilitar a comunicação, a coordenação e a disseminação de informações durante crises, contribuindo para o compartilhamento rápido e viral de conteúdos por organizações humanitárias, governos e o público em geral.

Tal abordagem corrobora a proposta de nossa tese, pois também defende o engajamento público e o compartilhamento de informações de forma clara e eficaz, visando maior acessibilidade e troca de dados, e garantindo que as informações críticas cheguem rapidamente àqueles afetados em situações de emergência.

No cerne destas questões encontram-se as redes sociais, as quais são entendidas como meios de construção de percepções e convocação para a ação social, produzindo novos mecanismos caracterizados por desempenhar diferentes funções sociais e comunicativas, entre as quais a criação e visibilidade de vários discursos, bem como a criação de comunidades públicas visando ao debate de diversos tópicos.

Assim, as hashtags consistem em mais um destes mecanismos, favorecendo a disseminação rápida de conteúdos, como também criando contextos específicos que permitem que os sujeitos estabeleçam relações de conectividade com outros usuários baseadas na similaridade ou disparidade identitária.

Outro aspecto inerente ao ciberativismo por meio de redes sociais consiste na polarização discursiva que emerge da sobreposição de elementos tais como a interseccionalidade, a transdisciplinaridade e interdiscursividade presentes nestas práticas sociodiscursivas. Romano & Porto (2022, p. 154) destacam que discursos de conflito e polarização aparecem naturalmente em contextos como este, quando grupos opostos se constituem através de conflitos de forças, “*a force dynamics schema*”, no qual os grupos NÓS *versus* ELES interagem continuamente.

Tal postulado ampara-se em Johnson (1987), a partir do qual a categorização de FORÇA *versus* CONTRAFORÇA tem sido amplamente usada para os estudos sobre metáfora e polarização discursiva. No caso de

nosso trabalho, salientamos a polarização como recurso de busca por mudanças.

Cárdenas-Neira & Pérez-Arredondo (2022) citam essa relação FORÇA *versus* CONTRAFORÇA sob uma perspectiva de HEGEMONIA *versus* CONTRA HEGEMONIA, e destacam as plataformas digitais, a exemplo do Facebook, como canais alternativos de comunicação. As redes sociais dão voz a atores (anônimos ou não) envolvidos em problemáticas diversas, atuando como mecanismos de protestos e recursos contra discursos hegemônicos de poder, gerando um grande impacto na retórica dos jovens ativistas que apoiam-se em plataformas digitais para acesso à informação e promoção de movimentos de massa.

As referidas autoras (*idem*) defendem recursos multimodais e o diálogo entre diferentes gêneros (como memes, cartuns, posters e tirinhas) como meios criativos de reconstrução de frames cognitivos. A combinação de recursos textuais e visuais, assim como a sobreposição de gêneros, aumentam o potencial persuasivo de um determinado discurso, otimizando o processo de *framing* de um endogrupo, delegitimando o discurso de grupos opostos e reforçando o feedback de apoio entre seus apoiadores.

Ainda sobre a relação FORÇA *versus* CONTRAFORÇA e DISCURSOS HEGEMÔNICOS *versus* DISCURSOS CONTRA HEGEMÔNICOS, Salvador (2022, p. 241) aponta que muitos estudos produzidos nestas áreas são constituídos por “controvérsias passionais” (tradução nossa). Por isso, acabam por assumir dimensões nas quais defendem uma ou outra posição, ou adotam posturas ideológicas que geralmente conduzem a controvérsias.

Neste sentido, é inevitável trazermos à tona a questão do negacionismo dos fatos científicos ao tratarmos da polarização em torno da crise climática. Veron (1987) utiliza a expressão “o mundo adversativo” (tradução nossa) ao tratar desta questão como um processo comum nas interações políticas, as quais implicam naturalmente o confronto entre indivíduos ou grupos ideologicamente opostos, gerando uma ‘batalha discursiva metafórica’ entre as diversas vozes em desacordo. É interessante aqui destacar o domínio-fonte GUERRA (enquanto ‘guerra discursiva’, como já citado).

A sociedade está dividida entre aqueles que aceitam a existência das alterações climáticas e desejam combatê-las e os céticos, negacionistas, que tendem a permanecer imóveis diante de um problema que acreditam não existir ou ser eminente. Cada um destes grupos produzem e consomem narrativas diferentes, conforme seus frames cognitivos, adotando argumentos que se contrapõem, e experienciando o conflito através de emoções diferentes, cada qual experienciando a ação ou a inação, e o medo de forma distinta:

These emotions may diverge in one of two directions: one group feels in danger of future consequences (environmental catastrophes), while the other is indifferent to them, ignorant of the phenomenon and, basically, resistant to changes in lifestyle they find inconvenient. In short, though their emotions are different, in some way they both share the feeling of fear – fear of catastrophe or fear of change (Salvador, 2022, p. 244).⁶⁶

Um dos argumentos que divide os grupos ativistas/conscientes da problemática ambiental reside na ação antrópica, ou na antropogênese. A retórica negacionista refuta argumentos e dados científicos, não responsabilizando a ação humana pelas alterações climáticas, as compreendendo como uma consequência natural da evolução do planeta; esta é uma visão talvez cômoda ou passiva de se encarar os fatos científicos, pois se o homem nega a responsabilidade de suas ações neste processo, significa que não há nada que possa fazer para mitigar suas consequências – questionar, reclamar ou culpar os supostos responsáveis.

Já os dados científicos mostram o contrário: que a ação antrópica, principalmente desde a Revolução Industrial, tem sido a maior responsável pela aceleração do aquecimento global. Giddens (2009) defendeu que a maior prova das alterações climáticas não estará disponível até que o processo esteja latente e completo; todavia, paradoxalmente, quando isso ocorrer já será muito tarde, o planeta já estará em processo muito avançado de

66 Estas emoções podem divergir em duas direções: um grupo sente-se em perigo de futuras consequências (catástrofes ambientais), enquanto o outro é indiferente, ignorante ao fenómeno e, basicamente, resiste às mudanças de estilo de vida que considera inconvenientes. Em suma, embora as suas emoções sejam diferentes, de alguma forma ambos partilham o sentimento de medo – medo da catástrofe ou medo da mudança (tradução nossa).

superaquecimento e a humanidade poderá já ter perdido a oportunidade de mitigar seus impactos.

Como exemplo da forte polarização sociopolítica em discursos digitais, citamos o artigo *Unicorns, donkeys and elephants: the battle on climate change in the United States of America as reflected in cartoons*, onde Domínguez et al. (2022) trazem a problemática da EC nos EUA a partir do estudo de cartuns multimodais publicados entre os anos 2001 e 2019, pelo viés do confronto na arena política, entre Republicanos e Democratas, principalmente a partir da eleição de Donald Trump.

Segundo os autores, com o negacionismo das alterações climáticas dos Republicanos e o anúncio de saída dos EUA do Acordo de Paris em 2017, implicações significativas foram causadas tanto para os EUA quanto para o mundo, sendo este país um dos principais atores nos atos decisórios quanto às medidas de redução e monitoramento de impactos socioambientais. As controvérsias geradas por este posicionamento do então presidente norte-americano causaram o que os referidos autores chamaram “tempestade política” (tradução nossa) e uma grande polarização (*ibid.*, p. 216), tanto nas mídias nacionais quanto internacionais, a partir de sua atitude combativa e descompromissada, refletida nas mídias de massa e redes sociais (principalmente o Twitter).

O referido estudo também chama a atenção por destacar que a maioria dos cartuns não negacionistas se apoiam em evidências científicas, enquanto os negacionistas são os que menos se utilizam de dados científicos. Este dado nos é relevante pois demonstra que geralmente partidos de direita e seus representantes mais populares tendem a negar dados cientificamente provados, em prol de seus interesses políticos e ideológicos. Enquanto isso,

(...) cartunistas não negacionistas retratam a deterioração do planeta, o derretimento dos polos, a perda da biodiversidade, inundações, secas, furacões, emissões de CO₂, incêndios florestais e muitos outros fenômenos relacionados às alterações climáticas (*ibid.*, p. 219, tradução nossa).

Outros trabalhos recentemente apresentados no *20th AILA World Congress* em julho deste ano, em Lyon, no simpósio *Polarization strategies*,

digital discourse, critical and sociocognitive approaches (2023), do qual também fizemos parte, destacaram inúmeros temas relacionados à polarização política em redes sociais.⁶⁷ Nossa comunicação, intitulada *Hashtags and Polarization: a critical analysis of Greta Thunberg's cyberactivism for the acknowledgement of climate emergency*, destacou algumas das hashtags e frames mais utilizados no discurso de EC nas páginas *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* e na página oficial da ativista Greta Thunberg.

Ademais, mostramos algumas estratégias retóricas de polarização utilizadas em discursos de Thunberg a fim de persuadir e engajar maiores audiências na luta contra o aquecimento global, enfatizando o discurso polarizado NÓS *versus* ELES e NÓS *versus* VOCÊS, ao se referirem aos grupos envolvidos na problemática da EC: populações atingidas pelas catástrofes decorrentes do aquecimento global, ativistas, cientistas, políticos e poderes públicos (Ribeiro; Almeida, 2023).⁶⁸

Ribeiro & Almeida (2023) também realizaram a pesquisa intitulada *Apocalyptic cartoons for COP27: a multimodal approach*, apresentada na Conferência *Culture and Cognition in Language: CCL3*, Rzeszów, Polônia, reiterando a relevância dos discursos digitais e multimodais – neste caso, cartuns publicados no site mundialmente conhecido *Cartoon Movement*⁶⁹ – no que concerne à polarização e seu alcance midiático.

Neste caso, os cartuns apresentam uma ideia apocalíptica do aquecimento global, situando poderes político-econômicos como negligentes e responsáveis pela crise climática global, em contraste com as comunidades, populações e países menos desenvolvidos como as maiores vítimas da impassibilidade e falta de ação política efetiva.

Quanto aos processos de *framing* e os discursos polarizados, Nisbet (2009) e Lakoff (2010) também ratificam o debate acerca dos enquadramentos cognitivos como estratégias de manipulação nos discursos de polarização

67 Para acesso à lista completa dos trabalhos apresentados, ver: <[SYMP61] Polarization And Digital Discourses: Critical And Socio-Cognitive Perspectives (dryfta.com)>. Acesso: jul. 2023.

68 Este trabalho será aprofundado na Análise de dados.

69 Disponível em: <<https://cartoonmovement.com/collection/cop27>>. Acesso: abr. 2023.

política. É defendido que as controvérsias retóricas no que diz respeito a dados cientificamente provados provêm, em grande parte, de ideologias de direita e esquerda, embutidas nos discursos políticos que moldam os frames veiculados nas mídias e redes sociais e, conseqüentemente, acabam por influenciar como o público percebe a problemática das alterações climáticas.

Os autores (*ibid.*) sugerem que discussões políticas sejam incorporadas ao frame *Environment* (Meio_ambiente, tradução nossa), a fim de provocar maior conscientização e engajamento público nas questões climáticas. Todavia, consideramos fundamental destacar aqui que nas plataformas FrameNetBrasil e FrameNet da Universidade de Berkeley não constam *Environment* e Meio_ambiente como frames.

Tal nomenclatura aparece exclusivamente em Lakoff (*op. cit.*, p. 76). Este fato nos chama muito a atenção no contexto deste trabalho pois, seguindo a defesa da expressão *Emergência Climática* como novo frame, também advogamos pelo reconhecimento e inserção de Meio_ambiente como frame indispensável para que a retórica discursiva midiática acerca da interseccionalidade da problemática ganhe maior propulsão e legitimidade.

Ao criticar os discursos polarizados, Lakoff (*idem, ibid.*) desaprova o fato de que o frame Meio_ambiente seja percebido como isolado de nós, como se a natureza fosse desassociada dos seres humanos, e não como se os humanos fossem parte dela, separando o *nós* do *outro*. O pesquisador considera tal separação errônea tão sólida em nosso sistema conceitual, advogando que a mesma precisa ser reformulada, abandonada, defendendo a (re)construção de frames que favoreçam a comunicação de fatos científicos, tornando-os tangíveis ao público em geral e às mídias de massa.

É argumentado que, se o sistema de frames for modificado no sistema cognitivo dos sujeitos, isso pode vir a contribuir para a compreensão da necessidade de ações urgentes e políticas públicas de mitigação dos danos causados pelo aquecimento global. Por exemplo, a construção do frame “The Regulated Commons” fortalece a ideia de “propriedade comum e intransferível de aspectos do mundo natural, como a atmosfera, as ondas aéreas, os cursos de água, os oceanos e assim por diante” (*idem*, p. 78).

Outros estudiosos também criticam a então postura ocidental de separação entre homem (sociedade de consumo) e natureza. Stibbe (2015, p. 15), na senda de Chomsky (2006), questiona o artigo definido *the* quando estudamos a linguagem humana, por conseguinte, as relações entre a linguagem humana e a essência humana (*the human language; the human essence*).

Conforme o autor, quando dizemos “a essência humana” (grifo nosso), acabamos por excluir as qualidades que nós, humanos, compartilhamos com outros animais, separando a natureza de nossa essência; esta concepção é entendida como perigosa, uma vez que pode obscurecer aspectos que homens e outros animais compartilham, como emoções incorporadas, vínculos sociais e, o mais importante, a codependência entre as espécies e o meio ambiente para nossa sobrevivência contínua.

Já Plumwood (2007 *apud* Stibbe, 2015), destacando tal perspectiva sob o viés teórico do Excepcionalismo Humano, explica que esta ideia errônea tem permitido que nós exploremos tanto recursos humanos como naturais mais “implacavelmente (alguns diriam mais eficientemente) do que outras culturas, e as nossas formas de vida superpoderosas e destrutivas têm dominado o planeta” (tradução nossa).⁷⁰

Por fim, a polarização discursiva nas redes sociais acerca da EC reflete a divisão entre grupos que reconhecem a gravidade da crise climática e aqueles que a minimizam ou negam. Sabemos também que a polarização é alimentada por interesses políticos e econômicos, que manipulam o discurso público para proteger agendas específicas, aumentando a complexidade do debate. Por esta razão, assim como apresentado em nossa bibliografia, defendemos a resignificação e a legitimação de frames como *Environment* e *Meio_ambiente*, visando contribuir para a desconstrução da ideia distorcida de

70 Algumas metáforas consideradas destrutivas por Stibbe (2015) são observadas em Kremontsov & Todes (1991) and Larson (2011): NATURE IS A COMPETITION (A NATUREZA É COMPETIÇÃO, tradução nossa) e algumas variantes como NATURE IS A BATTLE, NATURE IS A STRUGGLE; NATURE IS A WAR (A NATUREZA É UMA BATALHA, A NATUREZA É ESFORÇO; A NATUREZA É GUERRA, tradução nossa). Ainda: NATURE IS A MACHINE; EARTH IS A SPACESHIP; ECONOMIC GROWTH IS A TIDE (NATUREZA É UMA MÁQUINA; O PLANETA TERRA É UMA NAVE ESPACIAL; O CRESCIMENTO ECONÔMICO É UMA CORRENTEZA) (tradução nossa).

que o ser humano está acima do meio ambiente e, portanto, pode explorar seus recursos indiscriminadamente.

Síntese

No capítulo 4 abordamos como as novas formas de comunicação e os artefatos tecnológicos impactam a percepção individual e coletiva, as práticas culturais e as dinâmicas de poder. A partir destes pressupostos, discutimos algumas repercussões cognitivas, políticas e éticas das tecnologias digitais, abordando a complexidade das relações entre os sujeitos e o discurso digital, e como essas interações moldam as novas formas de ativismo e engajamento político.

Reconhecemos que a internet e as redes sociais se tornaram fundamentais na vida contemporânea, influenciando nossa percepção de realidade, modos de interação e pertencimento social. Destacamos que plataformas e redes digitais não apenas modificam as relações sociais, mas também desafiam os analistas do discurso a reconsiderar a natureza da comunicação, cada vez mais dinâmica e viral, trazendo à tona a hibridização entre o real e o virtual. O ciberativismo e a interação virtual também abarcam novas práticas sociais e relações de poder, especialmente entre os jovens, que utilizam essas ferramentas para mobilização política e expressão identitária.

Além disso, ressaltamos a crescente politização da EC nos meios digitais e sua comunicação ao público leigo, destacando o papel das mídias de massa e redes sociais na disseminação e legitimação dos discursos climáticos, mais especificamente o ato de *tagging*, ou a viralização de temas interseccionais relacionados à crise climática através de hashtags, enfatizando a interseção das questões ambientais com a noção de justiça climática.

Apresentamos a Teoria dos Atos de fala como intrinsecamente ligada às formas de ativismo – neste caso, o ativismo digital e a utilização de hashtags como meio de militância em redes sociais – levando em conta que todo ato enunciativo é uma ação, portanto, o subtítulo “enunciar é agir!” pressupõe que toda manifestação linguística possui uma força ilocutória e um efeito

perlocutório, neste caso, o engajamento de mais indivíduos às causas ambientais e climáticas.

Como último tópico, debatemos aspectos da polarização discursiva que surge da interseccionalidade, transdisciplinaridade e interdiscursividade em discursos sobre as mudanças climáticas. Exploramos como o conflito entre forças opostas, a exemplo da hegemonia *versus* a contra-hegemonia, é amplificado nas mídias digitais, especialmente em redes sociais, que servem como canais de resistência, militância e agregação de grupos que compartilham ideologias políticas.

Por fim, analisamos como a retórica polarizada em torno da crise climática pode ser moldada por frames cognitivos, destacando a importância da reformulação de enquadramentos visando ao aumento da conscientização do público leigo e à promoção de ações políticas em prol do meio ambiente e da mitigação dos efeitos da crise climática.

Capítulo 5 - Metodologia

Levando em conta a problemática, os objetivos e as questões de investigação levantadas no capítulo 1, pretendemos neste capítulo esmiuçar nossa proposta metodológica, definindo o passo a passo que será adotado na segunda parte desta tese, ou seja, em nossa análise de dados. Desta maneira, buscamos esclarecer a fundamentação teórica que embasa nosso percurso metodológico e explicitar os *corpora* que serão analisados conforme a sequência apresentada adiante.

5.1 Proposta metodológica: fundamentação teórica

Em concordância com Barton (2015), a delimitação das hashtags como ponto de partida para este estudo reflete a importância da veiculação das mesmas, tais como posts e outros discursos digitais. Ou seja, como já pontuado, a hashtag opera como um gênero interdiscursivo e transdisciplinar e uma poderosa ferramenta atual de propagação de (novas) ideias, percepções e perspectivas de uma determinada problemática social:

The specific methodology involves revisiting existing data and locating tags in the context of their use. (...) the importance of how we talk about, visualise and represent tags (...) examining how different discourses and visualisations of tags represent or misrepresent tagging practices. (...) evidence about tagging practices comes initially from examining the texts, that is the webpage containing the tags (...) the webpages are treated as multimodal texts with distinct 'writing spaces' (...) (Barton, 2015, p. 49).⁷¹

Ainda de acordo com Xiong et al. (2018) e Medeiros (2020), hashtags são reconhecidas como formas de ativismo na comunicação digital, apresentando discussões controversas, muitas vezes na forma de discursos polarizados, defendendo causas humanistas e ambientais. Esta forma de

71 A metodologia específica envolve visitar dados existentes e localizar *tags* em contexto de uso. (...) a importância de como falamos, visualizamos e representamos *tags* (...) examinando como diferentes discursos e visualizações de *tags* representam ou deturpam as práticas de *tagging*. (...) evidências sobre as práticas de marcação vêm inicialmente da análise dos textos, ou seja, a página da *web* que contém as *tags* (...). as páginas da *web* são tratadas como textos multimodais com “espaços de escrita” distintos (...) (tradução nossa).

engajamento parte de uma ação individual, muitas vezes local (dependendo do contexto situacional dos sujeitos), tornando-se rapidamente viral, coletiva e de alcance ilimitado. Os referidos autores também destacam a relação do ato de *tagging* com a construção e/ou (re)significação de frames.

Nossa opção por partir da análise de hashtags também corrobora o postulado por van Dijk (2016, p. 28) no que diz respeito a expressões lexicais enquanto formas de organização de modelos mentais. O autor (*idem*, p. 28) afirma que “[a] expressão lexical dos modelos mentais no discurso (...) pode influenciar não só o conhecimento, mas também opiniões nos modelos mentais dos destinatários.

Assim, nossa primeira etapa da análise quantitativa trata da classificação das hashtags pelo critério da Teoria dos Atos de Fala, baseando-nos nos aspectos pragmáticos desse tipo de discurso, ou seja, as intenções, os efeitos ilocutórios e perlocutórios pretendidos pelos enunciadores.

Tal critério metodológico mostrou-se pertinente uma vez que, tratando-se da militância em contexto digital, assim como nos discursos da ativista GT, naturalmente os enunciadores pretendem instigar novos olhares do público e dos poderes políticos e econômicos diante da EC, sensibilizá-los diante da crise global eminente e levá-los a ações tanto em nível micro (comportamentais) e quanto macro (a exemplo de políticas públicas e ambientais).

Conforme a teoria em questão, se todo ato de enunciação consiste em uma ação, então os discursos de ativismo são ações que merecem a atenção do pesquisador considerando, conjuntamente, os postulados teóricos transdisciplinares defendidos em ACD, APD e LC.

Em seguida, nossa proposta metodológica quantitativa parte para a coleta de um *corpus* de frames elencados no projeto FrameNet. Ainda pelo viés transdisciplinar inerente aos pressupostos teóricos que nos embasam, classificamos os frames conforme suas associações com as hashtags, buscando identificar quais frames se destacam neste tipo de ativismo.

Com esta relação, identificamos 05 domínios semânticos prevaletentes nos *corpora* de hashtags e frames, o que nos fornece pistas de como este tipo

de ativismo digital tem ocorrido e se propagado, criando modelos mentais de representação da complexa problemática da EC como recursos de persuasão retórica. Dancygier & Sweetser (2014, p. 10) reiteram:

(...) it is no surprise that the field of rhetoric has long shown an interest in figurative language as far back as Aristotle. Traditionally, an important aspect of rhetoric was persuasive discourse, which consists in bringing someone else around to your viewpoint on a situation. (...) cognitive and linguistic structures are pervasively viewpointed.⁷²

Em suma, em nossa primeira etapa, quantitativa, aplicaremos as abordagens acima descritas, partindo do agrupamento das hashtags por atos de fala, e hashtags e frames por domínios semânticos, buscando assim as relações cognitivas entre ambos os *corpora*. Para os mapeamentos metafóricos da etapa qualitativa, a ser explicada mais adiante, estas interconexões serão fundamentais, levando em conta a interdiscursividade e interseccionalidade entre os temas e os *corpora*, tendo sempre a interpretação contextual como base.

No decorrer da pesquisa, com a grande quantidade de matérias encontrados sobre o tema, tanto nas redes sociais quanto em mídias de massa, a exemplo de telejornais, matérias digitais e revistas acadêmicas, observamos outro tema digno de atenção: os discursos de polarização política e ideológica.

Diante desta questão tão latente, apresentamos uma comunicação no congresso internacional *20th AILA World Congress* em Lyon, França, em julho de 2023, intitulada *Hashtags and Polarization: a critical analysis of Greta Thunberg's cyberactivism for the acknowledgement of climate emergency* (Ribeiro; Almeida, 2023).

Desta maneira, na segunda etapa de análise de dados, qualitativa, tendo em mente os estudos sobre polarização discursiva, decidiu-se por acrescentar aos *corpora* três discursos marcantes da jovem ativista, que ganharam

72 (...) não é surpresa que o campo da retórica tenha demonstrado interesse pela linguagem figurada desde Aristóteles. Tradicionalmente, um aspecto importante da retórica era o discurso persuasivo, que consiste em conduzir o Outro ao seu ponto de vista sobre uma situação. (...) as estruturas cognitivas e linguísticas são fortemente orientadas por pontos de vista (tradução nossa).

notoriedade mundialmente por seu tom assertivo, diretivo e de afrontamento político: o primeiro, proferido no *United Nations Summit* (2019), o segundo na *COP25* (2019) e o último na *COP28* (2023).

Os dois primeiros discursos, ocorridos em 2019, no mesmo ano em que a expressão *Emergência Climática* ascende mundialmente como problemática global juntamente com o movimento *Fridays for Future*, obtiveram alcance mundial, causando um grande impacto político e ideológico, agregando mais ativistas climáticos em nível global.

Para justificar esta reavaliação e acréscimo de novos *corpora* à medida em que a tese foi construída, citamos Jones et al. (2015, p. 16), defendendo que, às vezes, para maior entendimento da problemática social analisada, o pesquisador pode reavaliar seus critérios e ferramentas metodológicas, demonstrando maior potencialidade do(s) discurso(s) analisados:

(...) many of the social practices made possible by digital technologies force us to re-evaluate our analytical tools and theoretical assumptions (...) sometimes we have to adapt our tools to circumstances, they also demonstrate the reliable potency of the tools of discourse analysis – tools for the analysis of texts, contexts, actions, interactions, power and ideology – to increase our understanding of the practices people engage in with digital technologies in ways that other analytical frameworks cannot.⁷³

Assim, com o estudo de frames, hashtags e metáforas conceituais envoltos em discursos motivados pela problemática da EC, chegamos ao entendimento de que a polarização deveria também integrar esta tese, possuindo grande relevância em termos intertextuais e interdiscursivos, complementando os *corpora* para análise.

Dando prosseguimento ao estudo qualitativo, o mapeamento, identificação e discussão acerca de possíveis metáforas conceituais identificadas nestes *corpora* apoiam-se em Forceville (2006), ao defender que a pesquisa sobre metáforas conceituais consiste em um passo natural no

73 (...) muitas das práticas sociais possibilitadas pelas tecnologias digitais nos forçam a reavaliar nossas ferramentas analíticas e pressupostos teóricos (...) às vezes temos que adaptar nossas ferramentas às circunstâncias, elas também demonstram a potência confiável das ferramentas de análise do discurso – ferramentas para a análise de textos, contextos, ações, interações, poder e ideologia – para aumentar nossa compreensão das práticas nas quais as pessoas se engajam com tecnologias digitais de maneiras que outras estruturas analíticas não conseguem (tradução nossa).

desenvolvimento dos estudos da metáfora através da observação empírica. Sob esta égide, é defendido que tal abordagem pode constituir num ponto de partida para outros tropos para além da metáfora.

Para identificação das possíveis metáforas conceituais atreladas ao tema chave de nosso trabalho, consideramos alguns dos postulados por Charteris-Black (2014), como sua proposta de análise de metáforas por um viés crítico. Uma vez que as metáforas geralmente ocorrem em frases e/ou expressões, é recomendado que a busca seja feita a partir de colocações e/ou expressões ao invés de ULs isoladas – neste caso, optamos por hashtags.

Por esta razão, temos como parâmetro a expressão *Emergência Climática* em concordância com o autor: as metáforas ideologicamente mais interessantes são aquelas que se tornaram colocações usuais através do uso cada vez mais recorrente em um determinado contexto, que partem de sistemas globais para sistemas individuais.

Nossa reflexão foi orientada pelos 04 estágios de análise propostos por Charteris-Black (*op. cit.*). O primeiro consiste na análise contextual e seleção dos discursos; nesta etapa, o pesquisador deve formular perguntas que possam provocar conscientização acerca da problemática estudada, assim como aferir o impacto de estratégias retóricas em contextos e temas de relevância social e/ou que envolvem grupos em situação de vulnerabilidade.

Alguns exemplos de perguntas que motivam a pesquisa podem ser: quando e onde tais discursos são veiculados? Através de que gêneros? Por que a escolha desses gêneros? Quem são os sujeitos/atores envolvidos no processo de construção e recepção destes discursos? São discursos de indivíduos, grupos ou amostras de ocorrências linguísticas de maneira geral? Pensamos que tais questões são respondidas no decorrer deste estudo.

O segundo estágio diz respeito à identificação das metáforas, ou seja, deve-se analisar e decidir, a partir das palavras, expressões e colocações encontradas em determinado *corpus* quais podem ser consideradas metáforas nos contextos discursivos específicos. As metáforas podem ser agrupadas em categorias preliminares, como ‘novas’, ‘convencionais’ ou ‘cristalizadas’.

Os três tipos devem ser identificados, mas por razões diferentes: a invisibilidade das metáforas cristalizadas pode revelar aspectos culturais e ideológicos por trás dos processos de *framing*. As metáforas novas podem evocar respostas empáticas e contribuir para o processo de construção de narrativas ‘poderosas’ ou ‘heroicas’.

O autor sugere que maior atenção seja dada a estes dois grupos, por estarem nos extremos da escala de classificação; quanto às convencionais, podem receber menos atenção por estarem no meio deste processo. Ademais, o pesquisador deverá considerar o período a que se refere o *corpus*, pois quanto mais recente a amostra mais provável que as metáforas estejam se estabelecendo na língua e, potencialmente, se adentrando nas categorias ‘convencional’ ou ‘cristalizada’.

O próximo passo parte para a interpretação dos dados: devem ser estabelecidos critérios de classificação e organização das metáforas, por exemplo, por (i) domínio semântico; (ii) domínio-fonte/sentido literal; (iii) domínio-alvo/a que se referem; (iv) sentido intentado pelo enunciador (positivo ou negativo). Nesta etapa também pode-se identificar padrões de uso e representações.

Por fim, no quarto estágio o autor propõe a explicação das metáforas, ou seja, a busca, a partir do contexto de uso, das intenções do enunciador, seus objetivos e propósitos, como em contextos sociopolíticos. Esta fase envolve julgar, por exemplo, como determinada metáfora pode influenciar o público/leitor e como ela interage com outros aspectos enunciativos, seu papel retórico; e como pode mudar opiniões, valores, crenças, visões de mundo.

Nesta etapa, o pesquisador pode recorrer a aspectos subjacentes, como a ideologia ou mitos políticos para potenciar os efeitos persuasivos do discurso em análise. Portanto, parte-se do pressuposto de que existe uma perspectiva discursiva que é alicerçada na linguagem figurada.

Tendo em vista que a metáfora surge a partir do mapeamento entre dois domínios cognitivos diferentes, ela irá transparecer quando a palavra ou expressão for usada em um novo contexto, diferente do seu contexto habitual ou literal.

Neste ponto a metodologia proposta por Charteris-Black (2014) converge com a proposta do Pragglejaz Group (2007) quando este propõe os seguintes procedimentos: (i) ler o texto/discurso completo, visando sua compreensão geral; (ii) determinar as ULs a serem analisadas; (iii) comparar/contrastar o sentido contextual, considerando o que vem antes e depois da UL, com seu sentido básico, mais concreto e literal (neste caso, podemos recorrer a dicionários);⁷⁴ (iv) decidir, por fim, se o sentido contextual está em contraste com o sentido básico, mas só pode ser entendido a partir da comparação com este último.

Em suma, para este estudo, a questão central incide sobre novos significados metafóricos que podem surgir a partir de colocações e/ou hashtags que introduzem argumentos em contextos de defesa de causas ambientais, climáticas e sociais.

Ao tratar do método para coleta de dados, Charteris-Black (2014) sugere duas formas empíricas: (i) amostra de informantes, a fim de percebermos o processamento psicolinguístico das palavras com uso potencialmente metafórico; e/ou (ii) um *corpus* linguístico representativo, a partir do qual possamos identificar os usos correntes. Entretanto, para este trabalho, adotamos o segundo método, amparando-se na linguística de *corpus*.

Ainda nesta proposta metodológica, Charteris-Black (2014) indica a escolha de uma das duas abordagens descritas a seguir: a identificação de padrões de metáforas tendo como base o domínio-fonte ou o domínio-alvo/tópico. A abordagem baseada no domínio-fonte parte do sentido básico das palavras empregadas metaforicamente; orientada linguisticamente pelo sentido literal, propõe um termo linguisticamente superordenado, i. e. caminho, rota, guia – metáforas ligadas à VIAGEM.

Já a abordagem baseada no tópico/alvo considera o tema abordado através da metáfora, o tópico/assunto, ao invés de centrar-se no sentido literal

74 De acordo com Stiiibe (2015, p. 165), as palavras possuem um efeito mais marcante em nossas mentes quando s estão em seu nível básico, pois “[p]alavras de nível básico ativam imagens em nossa mente” (tradução nossa). Em suma, as palavras em nível básico são mais eficazes devido à sua correlação mais direta com as nossas experiências corpóreas e empíricas.

das palavras; é orientada pelo discurso, pelo sentido contextualizado. Nesta abordagem, as metáforas são agrupadas de acordo com os tópicos/temas de que tratam, baseados no contexto.

O contexto aqui é crucial, pois irá determinar sobre o que tratam as metáforas e o que é mais relevante para fins de análise. O analista crítico parte de temas que envolvem questões sociais e apenas as metáforas envolvidas nestes temas serão de interesse do pesquisador. Nem sempre é claro o que determina as escolhas do pesquisador, pois este, imerso em sua cultura e ideologia, poderá escolher temas conforme sua própria experiência subjetiva e visões de mundo. Nesse ponto a proposta de Charteris-Black (*op. cit*) converge com os pressupostos já discutidos em ACD, APD e Pragmática.

Ainda sob o enfoque interdiscursivo de nossas escolhas metodológicas, nossa última etapa – ou seja, o recorte de alguns posts das páginas do Instagram *Fridays for Future International*, *Fridays for Future Brasil* e da página oficial de GT – contou com o aporte teórico da Teoria da Metáfora Multimodal (Forceville; Urios-Aparisi, 2009; Bounegru; Forceville, 2011; Forceville, 2020),⁷⁵ das Teorias de Frames e Metáforas como construtos sociocognitivos (Kövecses, 2006) e da Metáfora Conceitual Extensiva (Kövecses, 2020). Em suma, pretende-se demonstrar com a análise de posts nos quais aparecem algumas das hashtags mais difundidas neste tipo de ativismo a relação sociocognitiva entre os *corpora*.

5.2 A escolha dos *corpora* e o percurso metodológico

Para a composição dos *corpora* a serem analisados, optamos pelo seguinte recorte, utilizando o critério empírico, ou seja, a partir da observação minuciosa em seus contextos de uso. Tal critério também serviu como base para a classificação e análise dos *corpora* conforme descritos:

⁷⁵ Como explicado anteriormente, embora nosso enfoque não seja a Multimodalidade, em alguns momentos precisamos recorrer à observação de textos multimodais, i.e. imagens gráficas, fotos e emojis, como ferramentas constitutivas da retórica ativista na referida rede social.

(i) Selecionamos 110 hashtags comuns no Instagram, de maneira geral, relacionadas à problemática da EC, coletadas durante o mês de junho de 2023. Ressaltamos que as primeiras ocorrências datam do ano de 2019;

(ii) Como primeiro critério de classificação das hashtags, utilizamos a taxonomia dos atos de fala, tendo em vista o sentido contextual, assim como os efeitos ilocutórios e perlocutórios das hashtags elencadas;

(iii) Partindo das hashtags, elencamos 325 frames passíveis de conexão cognitiva com as mesmas. Os frames foram retirados das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet da Universidade de Berkeley, California. Entretanto, devido a este grande número, delimitamos os frames a 29 pelo critério de maior repetição (3 a 4 ocorrências por hashtags);

(iv) Em seguida, estabelecemos a relação das hashtags e dos frames com os domínios semânticos *Ativismo Político da Juventude, Mudança de Sistema / Repensar Meios de Produção e Consumo, Confronto Político, Fatos Científicos e Negacionismo*;

(v) Selecionamos alguns excertos de 03 (três) discursos proferidos pela ativista Greta Thunberg: o primeiro no *United Nations Summit* (2019), o segundo na *COP25* (2019) e o terceiro na *COP28* (2023);

(vi) Optamos pela análise das hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonize o sistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*), devido à natureza metafórica de ambas, para fins de mapeamento de MCs incitadas por estas expressões;

(vii) Finalmente, coletamos alguns posts das páginas do Instagram *Fridays for Future International, Fridays for Future Brasil* e da página oficial de Greta Thunberg, entre julho de 2021 a julho de 2024, com enfoque nas hashtags acima mencionadas, e outras que também se destacam no ativismo climático.

Enfim, dada a natureza híbrida e compósita desta tese, pelo agrupamento de diversas perspectivas teóricas, assim como pela interconexão de diferentes *corpora* e critérios de classificação e análise, consideramos pertinente minuciar o passo a passo que guiou nossa perspectiva teórico-metodológica, visando atingir os objetivos delineados e responder às questões de investigação apresentadas no capítulo 1:

(i) Discutir a interface entre a AD, a ACD, a APD, a Pragmática Linguística e a LC, mostrando como estas áreas podem contribuir mutuamente para o estudo em questão;

(ii) Apontar aspectos teóricos da Semântica de Frames, da Teoria dos Atos de Fala e dos estudos sobre a Metáfora e a Metáfora Conceitual, elencando e debatendo alguns dos frames e MCs mais comuns encontrados em nossa pesquisa bibliográfica e sua relação com a EC e a Ecolinguística;

(iii) Defender a expressão *Emergência Climática* como novo frame cognitivo a partir do processo de enquadramento – *framing* – com o apoio da ferramenta FrameNet, a fim de discutir ações sociopolíticas de mitigação dos efeitos do aquecimento global e conscientizar o público leigo das consequências em níveis globais, assim como apresentar a interseccionalidade da crise climática;

(iv) Debater o ciberativismo entre o público jovem, destacando a hashtag como ferramenta de disseminação de (novas) ideias, engajamento e ativismo político, e sua relação com a Teoria dos Atos de Fala;

(v) Delimitar domínios semânticos nos quais as hashtags e os frames aqui estudados são amparados, demonstrando pelo viés sociocognitivo o que tais domínios revelam sobre a percepção dos sujeitos enunciadorees acerca da EC como uma questão interseccional;

(vi) Abordar e evidenciar a polarização discursiva em torno da EC;

(vii) Trazer à tona a problemática e a relevância da conscientização acerca da EC e algumas de suas nuances em discursos midiáticos de massa.

Isso posto, a segunda parte desta tese, a análise dos dados a seguir, far-se-á adotando ambas as metodologias quantitativa e qualitativa como complementares, devido à orientação compósita aqui proposta. Com isso em mente, partimos dos dados quantitativos para avançarmos para os qualitativos, ou seja, para diferentes modos semióticos.

Elmerot (2022) também justifica que uma combinação de um *corpus* numérico significativo torna possível tirar conclusões de um conjunto maior de materiais e sua frequência de usos. Em nosso estudo, o *corpus* numérico servirá de base para o *corpus* qualitativo; como veremos mais adiante, muitas

das conclusões e observações apreendidas nos dados quantitativos irão reincidir nos dados qualitativos. Por esta razão ratificamos as duas metodologias como complementares.

An examination of co-occurrences or collocations, utilizing a large corpus, can for example give us objective numbers from that specific material on how frequent they are, how consistent they are overtime, and how they are repeated to the readers of the text in the corpus. Corpus linguistics tools also make it easier to transparently show the methods used. This field can now be considered a productive basis for scientific work in humanities and social sciences alike, or even a shared scholarly identity (...) (Elmerot, 2022, p. 123).⁷⁶

Assim, partiremos para a análise quantitativa, cujos dados foram organizados em tabelas e gráficos para melhor visualização. Os dados numéricos nos permitirão levantar discussões pertinentes e pretendem responder a algumas questões de investigação desta pesquisa, dialogando com os apontamentos da análise qualitativa.

Síntese

O último capítulo da primeira parte deste trabalho, Metodologia, buscou detalhar o passo a passo do percurso metodológico adotado, considerando seus aspectos teóricos e analíticos. Tendo em vista a caracterização híbrida e compósita de nossa tese, intentamos minuciar, de forma a ficar mais claro para o leitor o caminho percorrido, no que diz respeito à base teórica e à escolha dos *corpora* para análise. Finalmente partiremos para a segunda parte, apresentando as análises quantitativa e qualitativa, e as discussões acerca dos resultados até então encontrados.

⁷⁶ A análise de coocorrências ou colocações, utilizando um grande *corpus*, pode, por exemplo, nos fornecer números objetivos desse material específico sobre quão frequentes e consistentes elas são ao longo do tempo e quão repetidas aos leitores do texto do *corpus*. As ferramentas da linguística de *corpus* também facilitam a demonstração transparente dos métodos utilizados. Este campo pode agora ser considerado uma base produtiva para o trabalho científico tanto nas ciências humanas como nas ciências sociais, ou mesmo uma identidade acadêmica partilhada (...) (tradução nossa).

PARTE 2

ANÁLISE DOS DADOS: INTERRELAÇÕES ENTRE AS ABORDAGENS QUANTITATIVA E QUALITATIVA

Capítulo 6 – O ato de *tagging* no ciberativismo: a classificação de hashtags pela Teoria dos Atos de Fala

No primeiro capítulo da análise de dados, de caráter quantitativo, apresentaremos nosso primeiro *corpus*, ou seja, um grupo de hashtags ligadas ao ativismo climático no Instagram. Estes dados serão nosso ponto de partida, tendo como objetivo uma visão geral das hashtags mais comuns viralizadas na rede social, como também um panorama numérico sobre o alcance dessas hashtags.

6.1 Panorama geral de hashtags comuns no ativismo climático em páginas do movimento Fridays for Future e da ativista Greta Thunberg

De acordo com nossa proposta de percurso analítico, a primeira etapa de nossa análise dos dados consiste em coletar e investigar dados quantitativos, a fim de construirmos um panorama geral diante do número de dados selecionados. Tendo em vista o grande número de hashtags (e suas derivações) difundidas no Instagram, fizemos um recorte daquelas que se destacaram do decorrer da recolha deste *corpus*.

Por conseguinte, demonstramos na tabela a seguir o número de hashtags coletadas até junho/2023. Vale destacar que consideramos também suas variações, a exemplo de: singular e plural (*#activist* / *#activists*); agente e ação/verbo (*#activist* / *#activism*; *#greenwashing* / *#greenwashingkills*); inserção de advérbios (*#climateaction* / *#climateactionnow*); inserção de imagens e emojis (*#savetheplanet* 🌍; *#greenwashing* ♻️).

Outras variações apareceram em nosso estudo; todavia, descartamo-las por estarem em menor número, não consistindo em uma amostra significativa. Para melhor visualização, a tabela foi separada em ordem alfabética (primeira coluna) e quantidade decrescente (segunda coluna). Como veremos neste recorte, selecionamos 110 hashtags comuns ligadas ao tema Emergência Climática, totalizando 51.396.103 de maneira geral na rede social Instagram.

Tabela 2 – Número total de hashtags por ordem alfabética e quantidade decrescente

Por ordem alfabética		TOTAL	Por quantidade decrescente		TOTAL
1	#aquecimentoglobal	88.024	#savetheplanet		13.738.694
2	#açãoclimática	5.518	#bethechange		8.331.217
3	#açãopeloclima	1.242	#sustentabilidade		8.029.680
4	#aquecimentoglobalé(uma)farsa	16	#climatechange(s)		7.819.446
5	#aquecimentoglobalé(uma)mentira	17	#globalwarming		2.348.737
6	#aquecimentoglobalnãoexiste	205	#climateact (-ion/s/now)		1.878.651
7	#bethechange	8.331.217	#climatecrisis		1.177.041
8	#bethechangeyouwannasee	9.266	#fridaysforfuture		1.154.323
9	#bethechangeyouwant2see	1.683	#climatechangeisreal(now)		841.807
10	#bethechangeyouwanttosee	646.136	#climatestrike		780.000
11	#bethechangeyouwanttoseeintheworld	165.432	#nomoreexcuses (2019 / 2020 /2021 /2022 /2023)		779.726
12	#chegadeclimão	389	#bethechangeyouwanttosee		646.136
13	#climachangeisfake	3.379	#climatejustice(now)		643.064
14	#climateact (-ion/s/now)	1.878.651	#climateemergency		577.778
15	#climateaction(s/now)	31.212	#deforestation(s)		333.690
16	#climateactivism(s)	40.639	#bethechangeyouwanttoseeintheworld		165.432
17	#climateactivist(s)	78.411	#greenwashing (sucks / alert / kills / awareness / exposed / companies /facts /machine / is brainwashing)		161.602
18	#climatebreakdown	62.926	#peopleoverprofit(s)		160.441
19	#climatechange(s)	7.819.446	#globalwarmingisreal		139.197
20	#climatechangeactivist(s/-ism)	3.644	#salveplaneta		125.732
21	#climatechangeawareness(action)	98.556	#howdareyou		118.017
22	#climatechangechallenge(s)	1.915	#sosamazonia		115.265
23	#climatechangedenial (-ists/-ism)	2.235	#emergênciaclimática		106.778
24	#climatechangeeducation(act)	3.144	#climatechangeawareness(action)		98.556
25	#climatechangeeffect(s)	8.828	#desmatamento(não)		92.525
26	#climatechangeffect(s)	3.260	#aquecimentoglobal		88.024
27	#climatechangeisfakenews(right)	830	#climateactivist(s)		78.411
28	#climatechangeishere(now)	4.521	#sustentabilidadeambiental		73.969

Por ordem alfabética		TOTAL	Por quantidade decrescente		TOTAL
29	#climatechangeisntreal(tho/though)	1.043	#theresnoplanetb		71.388
30	#climatechangeisreal(now)	841.807	#climatebreakdown		62.926
31	#climatechangemarch	7.299	#systemchange(s/now)		53.527
32	#climatechangemitigation(action)	5.686	#systemchangenotclimatechange		48.856
33	#climatechangenews	6.272	#climateactivism(s)		40.639
34	#climatechange protest(s)	5.330	#peoplenotprofit(s)		35.751
35	#climatechangesolution(s)	15.803	#criseclimática		33.450
36	#climatechangestrike(s)	5.860	#climateaction(s/now)		31.212
37	#climatecrisis	1.177.041	#climateeducation (matters/now/youth/is important)		30.335
38	#climatecrisisisfake	15	#fridays4future		26.006
39	#climatecrisisisreal	10.739	#uprootthesystem		25.387
40	#climateeducation (matters/now/youth/is important)	30 335	#nomoreemptypromises		23.686
41	#climateemergency	577.778	#CO2emission(s)		22.260
42	#climatejustice(now)	643.064	#globalstrikeforfuture		20.567
43	#climatelaw(s/now)	2.251	#youthclimatestrike(s)		20.153
44	#climatepolicies	417	#desmatamentozero(já)		18.873
45	#climatepolicy(now)	10.719	#endfossil(fuels/now)		16.839
46	#climatestrike	780.000	#climatechangesolution(s)		15.803
47	#CO2emission(s)	22.260	#justiçaclimática(já/agora)		11.928
48	#CO2reduction(s)	7.938	#wearewatchingyou		11.297
49	#colapsoclimático(antropogénico/mundial/global)	2.177	#climatecrisisisreal		10.739
50	#combustíveisfósseis(não)	1.864	#climatepolicy(now)		10.719
51	#criseclimática	33.450	#tomorrowistoolate		9.314
52	#deforestation(s)	333.690	#bethechangeyouwannasee		9.266
53	#deforestationawareness	6.015	#climatechangeeffect(s)		8.828
54	#deforestationisreal	713	#CO2reduction(s)		7.938
55	#descolonizeosistema	1.087	#climatechangemarch		7.299
56	#desertificação(não)	3.737	#climatechangenews		6.272
57	#desmatamento(não)	92.525	#deforestationawareness		6.015
58	#desmatamentozero(já)	18.873	#climatechangestrike(s)		5.860

Por ordem alfabética		TOTAL	Por quantidade decrescente		TOTAL
59	#earthisonfire	656	#climatechangemitigation(action)	5.686	
60	#educaçãoclimática	2.238	#greveglobalpeloclima	5.610	
61	#emergênciaclimática	106.778	#grevepeloclima	5.574	
62	#endfossil(fuels/now)	16.839	#açãoclimática	5.518	
63	#fridays4future	26.006	#climatechange(s)	5.330	
64	#fridaysforfuture	1.154.323	#climatechangeis(here/now)	4.521	
65	#globalstrikeforfuture	20.567	#youthclimateaction(now/day)	4.361	
66	#globalwarming	2.348.737	#nãoháplanetab	4.108	
67	#globalwarmingisfake(news)	298	#desertificação(não)	3.737	
68	#globalwarmingisreal	139.197	#climatechangeactivist(s/-ism)	3.644	
69	#greenwashing (sucks / alert / kills / awareness / exposed / companies /facts /machine / is brainwashing)	161.602	#climachangeisfake	3.379	
70	#greveglobalpeloclima	5.610	#climatechange(s)	3.260	
71	#greveglobalpelofuturo	26	#climatechangeeducation(act)	3.144	
72	#grevepeloclima	5.574	#climatelaw(s/now)	2.251	
73	#grevepelofuturo	107	#educaçãoclimática	2.238	
74	#howdareyou	118.017	#climatechangedenial (-ists/-ism)	2.235	
75	#jovens(juventude)peloclima	909	#colapsoclimático(antropogénico/mundial/global)	2.177	
76	#juventude(jovens)pelomeioambiente	90	#youthclimatesummit(s)	2.036	
77	#justiçaclimática (já/agora)	11.928	#climatechangechallenge(s)	1.915	
78	#lavagemverde (não)	325	#combustíveisfósseis(não)	1.864	
79	#movimentopeloclima	557	#youthclimateleader(s/-ship)	1.735	
80	#mudeosistemanãomudeoclima	103	#bethechange(youwant2see)	1.683	
81	#mudeosistemanãoclima	409	#açãopeloclima	1.242	
82	#nãoháplanetab	4.108	#youthclimatemarch	1.156	
83	#nãoháumplanetaB	53	#descolonizeosistema	1.087	
84	#nomoreemptypromises	23.686	#climatechangeisntreal(tho/though)	1.043	
85	#nomoreexcuses (2019 / 2020 /2021 /2022 /2023)	779.726	#jovens(juventude)peloclima	909	
86	#peoplenotprofit(s)	35.751	#youthclimateactivist (s/-ism)	881	
87	#peopleoverprofit(s)	160.441	#climatechangeisfakenews(right)	830	
88	#pessoasacimadolucro	127	#deforestationisreal	713	

Por ordem alfabética		TOTAL	Por quantidade decrescente		TOTAL
89	#políticasclimáticas	157	#earthisonfire	656	
90	#salveoplaneta	125.732	#movimentopeloclima	557	
91	#savetheplanet	13.738.694	#sextaspelofuturo	513	
92	#sextapeloclima	186	#youthclimatemovement	439	
93	#sextasfeiraspelofuturo	51	#climatepolicies	417	
94	#sextaspelofuturo	513	#mudeosistemanãooclima	409	
95	#sosamazonia	115.265	#chegadeclimão	389	
96	#sustentabilidade	8.029.680	#lavagemverde (não)	325	
97	#sustentabilidadeambiental	73.969	#globalwarmingisfake(news)	298	
98	#systemchange(s/now)	53.527	#aquecimentoglobalnãooexiste	205	
99	#systemchangenotclimatechange	48.856	#sextapeloclima	186	
100	#theresnoplanetb	71.388	#políticasclimáticas	157	
101	#tomorrowistoolate	9.314	#pessoasacimadolucro	127	
102	#uprootthesystem	25.387	#grevepelofuturo	107	
103	#wearewatchingyou	11.297	#mudeosistemanãomudeoclima	103	
104	#youthclimateaction(now/day)	4.361	#juventude(jovens)pelomeioambiente	90	
105	#youthclimateactivist (s/-ism)	881	#nãoháumplanetaB	53	
106	#youthclimateleader(s/-ship)	1.735	#sextasfeiraspelofuturo	51	
107	#youthclimatemarch	1.156	#greveglobapelofuturo	26	
108	#youthclimatemovement	439	#aquecimentoglobalé(uma)mentira	17	
109	#youthclimatestrike(s)	20.153	#aquecimentoglobalé(uma)farsa	16	
110	#youthclimatesummit(s)	2.036	#climatecrisisisfake	15	
TOTAL		51.396.103	TOTAL	51.396.103	

A tabela 2 teve como objetivo demonstrar e apresentar as hashtags coletadas de maneira organizada, a fim de percebermos algumas das hashtags mais comuns viralizadas no Instagram nas páginas do movimento *Fridays for Future* e da página de Greta Thunberg.

Uma vez que o movimento foi disseminado em páginas de língua inglesa, já esperávamos que as hashtags nesta língua aparecessem em maior número, e as em língua portuguesa aparecem, em sua maioria, como tradução das versões originais, por exemplo: *#nãoháplanetaB* como tradução para *#theresnoplanetB*; *#sextaspelofuturo* para *#fridaysforfuture*; *#pessoasacimadolucro* para *#peopleoverprofit*, ou adaptações como *#descolonizeosistema* para *#uprootthesystem*; entre muitas outras.

Naturalmente, como os dados foram coletados em junho de 2023, atualmente estes números seriam maiores; mas por motivo de delimitação deste *corpus*, mantivemos este recorte. Assim, com estes dados como ponto de partida, passamos para a segunda etapa da análise quantitativa, ou seja, a relação das hashtags de ativismo climático com a Teoria dos Atos de Fala.

6.2 A Teoria dos Atos de Fala: classificação e discussão das hashtags

Partindo dos dados acima organizados, a tabela a seguir pretende demonstrar, apoiada na Teoria dos Atos de Fala, quais atos ilocutórios prevaleceram no *corpus* de hashtags, a fim de identificarmos sua força ilocutória. Entendemos que com estes dados, os atos de fala podem revelar a(s) intenção (-ões) dos locutores e quais efeitos perlocutórios podem vir a surgir quando entendemos o ato de *tagging* como um ato de enunciação. Conforme o Referencial Teórico, os critérios para classificação foram os adotados pela taxonomia proposta por Searle (1979) e Lima (2006).

Ressalta-se que optamos pela análise contextual para chegar a uma classificação. Em alguns casos, as hashtags expressam mais de um ato ilocutório ou força ilocutória. Em outros, por tratarem-se de uma única UL ou grupos nominais, por exemplo, ULs como 'sustentabilidade' e 'desertificação' ou grupos nominais como 'climate crisis', 'global warming', 'climate change',

‘crise climática’, entendemo-los como assertivos indiretos e diretivos indiretos, visto que, pelo critério de que os assertivos comprometem o locutor / enunciador com a crença de verdadeiro e falso, e com a função de informar, afirmar, sugerir, deduzir, entre outros, e os diretivos pretendem levar o alocutário / enunciatário a agir, pode-se aferir enunciados como ‘É preciso lutar por sustentabilidade; ‘Medidas de sustentabilidade devem ser adotadas urgentemente’, ‘A desertificação é um fato’, ‘A desertificação já é notada em diversos lugares do mundo’, ‘É preciso conter a desertificação’; ‘Climate change is a fact’, ‘Global warming is growing fast’, ‘The climate crisis is emergent’, ‘Political powers must mitigate the climate crisis effects’, entre outros.

Em outras palavras, entendemos certas ULs ou grupos nominais como atos de fala indiretos uma vez que, no contexto de ativismo climático, suas forças ilocutórias podem destacar-se por asserções e/ou pelo comprometimento com um fato ou uma ‘verdade’; neste caso, teríamos um ato assertivo. Não obstante, uma mesma UL ou grupo nominal também podem ser interpretados como atos diretivos, já que, por se tratarem de enunciados em contexto de militância, também intentam levar o enunciatário a praticar uma ação, a exemplo da conscientização acerca da problemática, ações de mitigação dos impactos da EC ou da luta por justiça climática.

Por esta razão, entendemos as formas de ativismo digital (ou qualquer forma de ativismo) como atos diretivos em sua essência, já que a militância e o enfrentamento, sejam eles ‘físicos’ ou ‘virtuais’, desejam levar seus interlocutores a praticar ações, aqui entendidas como linguísticas ou atitudinais.

Nestes casos, utilizamos como critério a classificação dos atos de fala indiretos em conformidade com Gouveia (1996). Na senda de Searle (1975), o autor (*idem*, p. 402) destaca que “locutor e alocutário operam as suas trocas linguísticas a partir de informação anterior comumente partilhada, quer linguística, quer não linguística, e de princípios gerais (...) de inferências.”

Em suma, podemos realizar mais de uma ação ao mesmo tempo através dos atos de fala ou atos ilocutórios indiretos, conforme o contexto enunciativo e o repertório dos atores envolvidos no ato de comunicação. Com isso em mente,

a tabela abaixo consiste em uma tentativa de organizar estes dados de forma mais visível, sem contudo negar as possíveis sobreposições dos atos de fala identificados:

Tabela 3 – Classificação das hashtags por quantidade decrescente e Atos de Fala

Por quantidade decrescente		TOTAL	Ato(s) de Fala
1	#savetheplanet	13.738.694	diretivo
2	#bethechange	8.331.217	diretivo
3	#sustentabilidade	8.029.680	diretivo indireto
4	#climatechange (s)	7.819.446	assertivo indireto/ diretivo indireto
5	#globalwarming	2.348.737	assertivo indireto/ diretivo indireto
6	#climateact (-ion/s/now)	1.878.651	diretivo
7	#climatecrisis	1.177.041	assertivo indireto/ diretivo indireto
8	#fridaysforfuture	1.154.323	diretivo indireto
9	#climatechangeisreal (now)	841.807	assertivo
10	#climatestrike	780.000	diretivo
11	#nomoreexcuses (2019 / 2020 /2021 /2022 /2023)	779.726	diretivo
12	#bethechangeyouwanttosee	646.136	diretivo
13	#climatejustice (now)	643.064	diretivo
14	#climateemergency	577.778	assertivo indireto/ diretivo indireto
15	#deforestation (s)	333.690	assertivo indireto/ diretivo indireto
16	#bethechangeyouwanttoseeintheworld	165.432	diretivo
17	#greenwashing (sucks / alert / kills / awareness / exposed / companies /facts /machine / is brainwashing)	161.602	assertivo / diretivo indireto
18	#peopleoverprofit (s)	160.441	assertivo indireto / diretivo
19	#globalwarmingisreal	139.197	assertivo
20	#salveoplaneta	125.732	diretivo
21	#howdareyou	118.017	expressivo/ diretivo indireto
22	#sosamazonia	115.265	diretivo
23	#emergênciaclimática	106.778	assertivo indireto/ diretivo indireto
24	#climatechangeawareness (action)	98.556	diretivo
25	#desmatamento (não)	92.525	assertivo indireto/ diretivo
26	#aquecimento global	88.024	assertivo / diretivo indireto

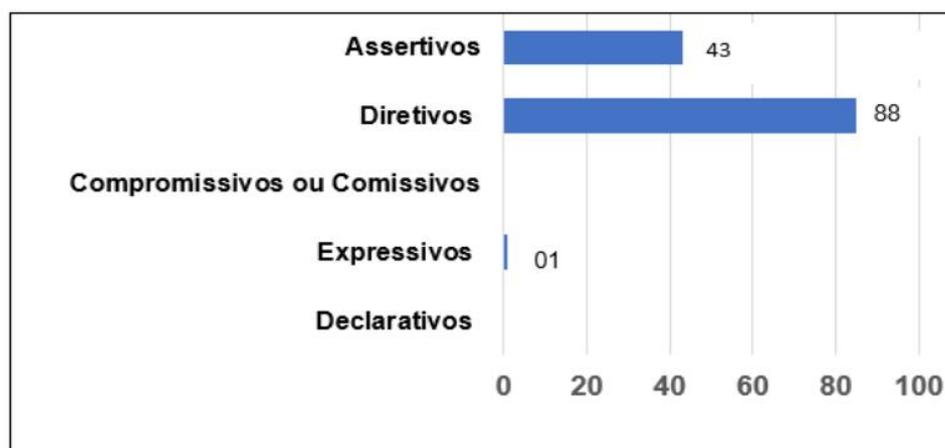
27	#climateactivist (s)	78.411	diretivo
28	#sustentabilidadeambiental	73.969	assertivo / diretivo indireto
29	#theresnoplanetb	71.388	assertivo
30	#climatebreakdown	62.926	assertivo / diretivo indireto
31	#systemchange (s/now)	53.527	diretivo
32	#systemchangenotclimatechange	48.856	assertivo / diretivo indireto
33	#climateactivism (s)	40.639	diretivo
34	#peoplenotprofit (s)	35.751	diretivo
35	#criseclimática	33.450	assertivo indireto/ diretivo indireto
36	#climateaction (s/now)	31.212	diretivo
37	#climateeducation (matters/now/youth/is important)	30.335	assertivo / diretivo
38	#fridays4future	26.006	diretivo indireto
39	#uprootthesystem	25.387	diretivo
40	#nomoreemptypromises	23.686	diretivo
41	#CO ₂ emission (s)	22.260	assertivo indireto/ diretivo indireto
42	#globalstrikeforfuture	20.567	diretivo
43	#youthclimatestrike (s)	20.153	diretivo
44	#desmatamentozero (já)	18.873	diretivo
45	#endfossil (fuels/now)	16.839	diretivo
46	#climatechangesolution (s)	15.803	diretivo
47	#justiçaclimática (já/agora)	11.928	diretivo
48	#wearewatchingyou	11.297	assertivo / diretivo indireto
49	#climatecrisisisreal	10.739	assertivo
50	#climatepolicy (now)	10.719	diretivo
51	#tomorrowistoolate	9.314	assertivo / diretivo indireto
52	#bethechangeyouwannasee	9.266	diretivo
53	#climatechangeeffect (s)	8.828	assertivo indireto/ diretivo indireto
54	#CO ₂ reduction (s)	7.938	diretivo
55	#climatechangemarch	7.299	diretivo
56	#climatechangenews	6.272	assertivo
57	#deforestationawareness	6.015	diretivo
58	#climatechangestrike (s)	5.860	diretivo
59	#climatechangemitigation (action)	5.686	diretivo
60	#greveglobalpeloclima	5.610	diretivo
61	#grevepeloclima	5.574	diretivo
62	#açãoclimática	5.518	diretivo
63	#climatechange protest (s)	5.330	diretivo
64	#climatechangeishere (now)	4.521	assertivo
65	#youthclimateaction (now/day)	4.361	diretivo
66	#nãoháplanetab	4.108	assertivo
67	#desertificação (não)	3.737	assertivo

			indireto/ direto
68	#climatechangeactivist (s/-ism)	3.644	diretivo
69	#climachangeisfake	3.379	assertivo
70	#climatechangeifact (s)	3.260	assertivo
71	#climatechangeeducation (act)	3.144	diretivo
72	#climatelaw (s/now)	2.251	diretivo
73	#educaçãoclimática	2.238	diretivo
74	#climatechangedenial (-ists/-ism)	2.235	assertivo indireto
75	#colapsoclimático (antropogénico/mundial/global)	2.177	assertivo indireto
76	#youthclimatesummit (s)	2.036	diretivo
77	#climatechangechallenge (s)	1.915	assertivo indireto
78	#combustíveisfósseis (não)	1.864	diretivo
79	#youthclimateleader (s/-ship)	1.735	diretivo
80	#bethechangeyouwant2see	1.683	diretivo
81	#açãopeloclima	1.242	diretivo
82	#youthclimatemarch	1.156	diretivo
83	#descolonizeosistema	1.087	diretivo
84	#climatechangeisntreal (tho/though)	1.043	assertivo
85	#jovens (juventude) peloclima	909	diretivo
86	#youthclimateactivist (s/-ism)	881	diretivo
87	#climatechangeisfakenews (right)	830	assertivo
88	#deforestationisreal	713	assertivo
89	#earthisonfire	656	assertivo
90	#movimentopeloclima	557	diretivo
91	#sextaspelofuturo	513	diretivo
92	#youthclimatemovement	439	diretivo
93	#climatepolicies	417	diretivo
94	#mudeosistemamãoclima	409	diretivo
95	#chegadeclimão	389	diretivo
96	#lavagemverde (não)	325	assertivo / diretivo
97	#globalwarmingisfake (news)	298	assertivo
98	#aquecimentoglobalnãooexiste	205	assertivo
99	#sextapeloclima	186	diretivo
100	#políticasclimáticas	157	diretivo
101	#pessoasacimadolucro	127	diretivo
102	#grevepelofuturo	107	diretivo
103	#mudeosistemamãomudeoclima	103	diretivo
104	#juventude (jovens) pelomeioambiente	90	diretivo
105	#nãoháumplanetaB	53	assertivo
106	#sextasfeiraspelofuturo	51	diretivo
107	#greveglobapelofuturo	26	diretivo
108	#aquecimentoglobalé (uma) mentira	17	assertivo
109	#aquecimentoglobalé (uma) farsa	16	assertivo
110	#climatecrisisisfake	15	assertivo
TOTAL		51.396.103	

Os resultados acima mostrados confirmam nossa hipótese de que a maioria dos atos de fala encontrados em nosso *corpus*, quando proferidos em contexto de ativismo, mesmo que assertivos ou ULs e grupos nominais, sem a presença de verbos, possuem caráter diretivo, por incitar, provocar ou convidar os interlocutores a ações favoráveis à sensibilização, luta e resistência, alicerçados na conscientização acerca da problemática pela qual se milita.

O Gráfico 2, a seguir, apresenta o número total dos atos de fala identificados, considerando também os atos indiretos. Como foi possível observar, encontramos 88 atos diretivos, 43 assertivos e 01 expressivo. Não apareceram atos compromissivos e declarativos neste *corpus*.

Gráfico 2 – Classificação numérica total das hashtags conforme a Taxonomia de Searle (1979) & Lima (2006)



C

Como foi possível observar, a sensibilização, o conhecimento, a informação e/ou a politização podem ocorrer através de atos assertivos (i.e., quando um fato científico é informado, quando uma catástrofe ambiental é noticiada ou quando uma hashtag é viralizada).

Já o ato diretivo ocorre quando o efeito perlocutório é atingido, ou seja, mais pessoas se unem à causa, tomando consciência da crise e agindo de forma a mitigá-la, em níveis micro (ações individuais, por exemplo, reciclagem, redução do consumo de descartáveis, escolha de produtos orgânicos, opção por meios de transporte não poluidores, redução do consumo de carne, entre

outros) ou nível macro (políticas públicas, medidas governamentais, intervenções socioeconômicas, alterações de legislações ambientais).

Síntese

No primeiro capítulo de nossa análise de dados, sob a abordagem quantitativa, coletamos e organizamos 110 hashtags relacionadas ao ativismo climático no Instagram, vinculadas ao tema Emergência Climática, totalizando um pouco mais de 51 milhões de ocorrências até junho de 2023. Observamos a predominância de hashtags em inglês, com algumas versões traduzidas e adaptadas para o português.

Em seguida, classificamos as hashtags com base na Teoria dos Atos de Fala, de acordo com a taxonomia de Searle (1979) e Lima (2006), identificando a prevalência de atos ilocutórios assertivos e diretivos. Todavia, pela noção de atos de fala indiretos, observamos que muitas hashtags, mesmo assertivas ou formadas por apenas uma UL ou grupos nominais, possuem caráter diretivo, incitando efeitos perlocutórios e ações, tanto no âmbito linguístico ou comportamental. Os resultados apontaram para 88 atos diretivos, 43 assertivos e 1 expressivo, destacando o papel das hashtags na sensibilização e mobilização para ações contra a crise climática, tanto no nível individual quanto no sociopolítico.

Capítulo 7 – Frames e hashtags: possíveis relações com domínios semânticos

Este capítulo refere-se a um panorama geral do número de frames e hashtags separados conforme seus temas que, neste trabalho, considerando a sociocognição e a ACD como bases teóricas, chamaremos de *domínios semânticos*. Para fins de classificação das hashtags e frames, definimos 05 domínios: *Negacionismo*, *Fatos científicos*, *Confronto político*, *Ativismo político da juventude* e *Mudança de sistema/Repensar meios de produção e consumo*. Esta etapa justifica-se pela necessidade posterior de estreitar e classificar os frames, como também agrupar as hashtags conforme os domínios semânticos nos quais se incluem.

7.1 A classificação dos frames por domínios semânticos

Pela identificação dos domínios semânticos supracitados nas hashtags, tabelamos o número de frames relacionados a cada um deles, identificando aqueles mais comuns em nosso *corpus* (Tabela 4). Para a coleta e classificação dos frames, consultamos as plataformas FrameNetBrasil e FrameNet da Universidade de Berkeley, Califórnia.⁷⁷

Nesta etapa, percebemos que muitos frames se repetem (marcados em negrito), o que confirma a *interseccionalidade sociopolítica e sociocognitiva* da Emergência Climática. Ou seja, a forma como os sujeitos interpretam e demonstram suas perspectivas sobre a crise climática pelas escolhas discursivas viralizadas na rede social está inevitavelmente interconectada.

⁷⁷ Alguns frames foram mantidos na versão original em língua inglesa, uma vez que ainda não foram traduzidos na plataforma FrameNetBrasil até a presente data.

**Tabela 4 – Número de frames relacionados aos domínios semânticos identificados nas hashtags
(os repetidos encontram-se marcados em negrito)**

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
1	Ações políticas	Atenção	Ações políticas	Afetar_pelo_evento	Afirmar_ou_negar
2	Agir_intencionalmente	Boa vontade	Amigável_ou_hostil	Atenção	Argumentar
3	Boa vontade	Capacidade ação	Alvo	Caos	Atrito
4	Capacidade ação	Causar impacto	Atacar	Catástrofe	Causar impacto
5	Causar impacto	Causar mudança	Atenção	Causar impacto	Cenário de mudança de consciência
6	Causar mudança	Causar perceber	Atividade_de_combate	Causar perceber	Certeza
7	Causar perceber	Cenário_alternativo_preferido	Atrito	Cenário_de_desastre	Chegar a acreditar
8	Cenário de mudança de consciência	Cenário de mudança de consciência	Capacidade ação	Cenário de mudança de consciência	Circunstâncias contrárias
9	Cenário tentar e resolver	Cenário do ciclo de existência	Causar impacto	Cenário_de_situação_dinâmica	Clima
10	Clima	Cenário tentar e resolver	Causar mudança	Cenário do ciclo de existência	Convencer
11	Colaboração	Chamar a atenção	Cenário tentar e resolver	Cenário tentar e resolver	Difícultar
12	Compartilhar	Chegar a acreditar	Chamar a atenção	Certeza	Discussão
13	Conexão social	Circunstâncias contrárias	Clima	Chamar a atenção	Discutir
14	Confrontar problema	Clima	Comprometimento	Chegar a acreditar	Encontro hostil
15	Conhecimento da situação	Colaboração	Concessão	Circunstâncias contrárias	Enganação_fim
16	Conjunto de entidades inter-relacionadas	Colonização	Conduta	Clima	Enganação_intencional
17	Convencer	Compartilhar	Confrontar problema	Colocar_em_risco	Expressar publicamente

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
18	Defender	Complexidade_sistêmica	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Confrontar_problema	Fazer_Conexão_cognitiva
19	Discussão	Concessão	Convencer	Conhecimento_da_situação	Impacto_cognitivo
20	Emergência	Conduta	Culpa_ou_inocência	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Informação_não_atribuída
21	Enfatizar	Conexão_social	Decidir	Convencer	Manipulação
22	Estar_ativo	Confrontar_problema	Desejar	Culpa_ou_inocência	Negação
23	Estar_de_acordo_sobre_a_ação	Conhecimento_da_situação	Dificuldade	Desastre_natural	Opinião
24	Expressar_publicamente	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Dificultar	Destruir	Point_of_dispute
25	Fazer_Conexão_cognitiva	Convencer	Discutir	Dificuldade	Rede
26	Finalidade	Decidir	Encontro_hostil	Discussão	Redirecionar
27	Impacto_cognitivo	Defender	Estado_de_coisas_continuado	Emergência	Relações_pessoais
28	Indivíduos_em_eventos_sociais	Desejar	Emergência	Estar_em_alerta	Semelhança
29	Influência_objetiva	Dificuldade	Expressar_publicamente	Estar_em_risco	Ser_questionável
30	Juntar	Economia	Finalidade	Evidência	Situação_como_estímulo_por_outros
31	Liderança	Emergência	Inatividade	Fazer_Conexão_cognitiva	Situação_vengonhosa
32	Mudar_resistência	Evento_desejável	Influência_subjetiva	Informação_atribuída	Tentar_persuadir
33	Participação	Fazer_Conexão_cognitiva	Percepção_ativa	Percepção_ativa	Tomar_partido
34	Percepção_ativa	Finalidade	Point_of_dispute	Pesquisa	Tornar-se_visível
35	Persuasão	Impacto_cognitivo	Political_actions	Possibilidades	-----
36	Political_actions	Inovar	Possibilidades	Preocupar-se	-----
37	Preocupar-se	Modelo_político_econômico	Preocupar-se	Preservar	-----

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
38	Preservar	Modo_de_viver	Processo_continuar	Presságio	-----
39	Processo_continuar	Mudar_resistência	Questionar	Previsão	-----
40	Proliferation_in_number	Percepção_ativa	Reação	Probabilidade	-----
41	Protesto	Persuasão	Reclamar	Processo_continuar	-----
42	Questionar	Political_actions	Redirecionar	Progressão	-----
43	Ramificação	Possibilidades	Reforming_a_system	Proporção	-----
44	Reação	Preocupar-se	Rejeitar_liderança	Questionar	-----
45	Rebellion	Processo_continuar	Rebellion	Rede	-----
46	Reciprocidade	Preservar	Relações_pessoais	Redirecionar	-----
47	Reclamar	Questionar	Reparação	Relações_entre_palavras	-----
48	Rede	Reação	Responsibility	Relações_pessoais	-----
49	Redirecionar	Rebellion	Rigor	Revelar-se	-----
50	Rejeitar_liderança	Reciprocidade	Rising_to_a_challenge	Rising_to_a_challenge	-----
51	Relação_de_conjunto	Rede	Seeking_to_achieve	Scrutinizing_for	-----
52	Relações_pessoais	Redirecionar	See_through	Seeking_to_achieve	-----
53	Reparação	Reforming_a_system	Semelhança	Semelhança	-----
54	Representantes	Rejeitar_liderança	Ser_afetado	Ser_afetado	-----
55	Reunir-se	Relações_pessoais	Ser_necessário	Ser_necessário	-----
56	Rising_to_a_challenge	Reparação	Ser_questionável	Ser_relevante	-----
57	Seeking_to_achieve	Resgatar	Ser_relevante	Significado_linguístico	-----
58	Semelhança	Revolução	Sinceridade	Sinal	-----
59	Ser_afetado	Rising_to_a_challenge	Situação_como_estímulo_por_outros	Situação_de_risco	-----
60	Ser_incluso	Sacrificing_for	Situação_vergonhosa	Situação_como_estímulo_por_outros	-----
61	Ser_necessário	Seeking_to_achieve	Source_path_goal	Socially_significant_history_s cenario*	-----
62	Ser_relevante	Semelhança	Temer	Sofrer_mudança	-----
63	Situação_como_estímulo_por_outros	Ser_afetado	Tentar_meios	Suficiência	-----

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
64	Social_event_collective*	Ser_ativado	Tentar_persuadir	Source_path_goal	
65	Source_path_goal*	Ser_necessário	Tomar_partido	Temer	-----
66	Temer	Ser_relevante	Tornar-se_visível	Temperatura_ambiente	-----
67	Tentar_meios	Sistema	Transmitir_importância	Tópico	-----
68	Tentar_persuadir	Situação_como_estímulo_por_outros	-----	Tentar_meios	-----
69	Tomar_partido	Sofrer_mudança	-----	Tornar-se_consciente	-----
70	Tornar-se_consciente	Source_path_goal	-----	Tornar-se_visível	-----
71	Tornar-se_visível	Subsistir	-----	Transmitir_importância	-----
72	Transmitir_importância	Subversão	-----	Violência	-----
73	-----	Superar	-----	-----	-----
74	-----	Temer	-----	-----	-----
75	-----	Tentar_meios	-----	-----	-----
76	-----	Tentar_persuadir	-----	-----	-----
77	-----	Tomar_partido	-----	-----	-----
78	-----	Tornar-se_consciente	-----	-----	-----
79	-----	Tornar-se_visível	-----	-----	-----
80	-----	Transmitir_importância	-----	-----	-----

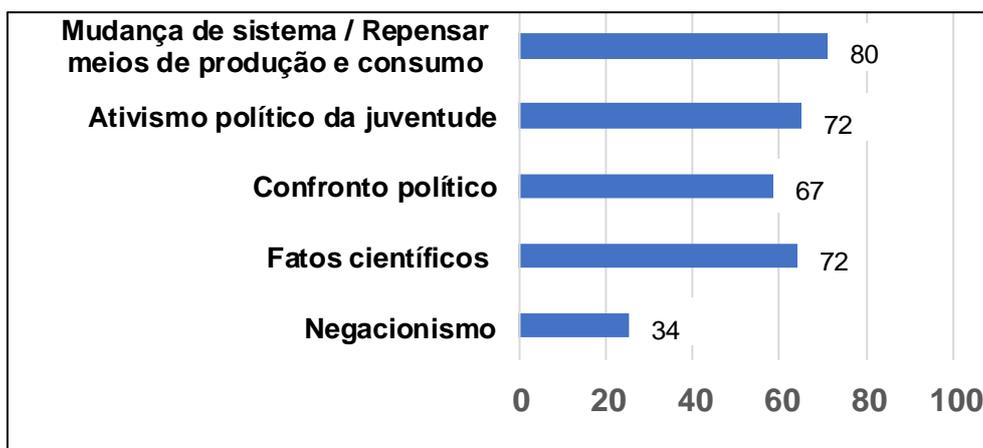
Considerando o total de 325 frames identificados na tabela acima, o próximo gráfico nos mostra um panorama dos domínios semânticos que prevaleceram na relação com os frames. Como observaremos, o domínio semântico *Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo* abarcou o maior número de frames, demonstrando um ativismo voltado ao questionamento dos modos de produção capitalista, os quais têm desencadeado grandes consequências climáticas, principalmente por seu apelo ao consumo desenfreado e dependência de recursos poluidores, como combustíveis fósseis.

Tendo em vista o contexto de ativismo digital, naturalmente o domínio semântico *Ativismo político da juventude* aparece em segundo lugar, junto com *Fatos científicos*. Este dado nos mostra uma juventude mais consciente e engajada, com a preocupação de lutar por uma causa baseada em dados cientificamente comprovados, o que demonstra maior maturidade e assertividade ao postar informações e opiniões no Instagram. Isso é também reafirmado quando o domínio semântico *Negacionismo* aparece em último lugar, ou seja, ratificando a crença na ciência, em detrimento de discursos negacionistas sem fundamentação científica que geralmente servem a propósitos políticos e econômicos, negligenciando a atual crise do clima.

Finalmente, o domínio semântico *Confronto político* aparece em terceiro lugar, tendo em vista que atos de militância, sejam eles 'físicos' ou virtuais, são *per se* atos políticos. Este domínio reflete frames relacionados a ações de enfrentamento a discursos hegemônicos e/ou de dominação, visando construir novos enquadramentos e percepções de uma dada problemática com o intuito de engajar mais cidadãos à causa defendida e motivando ações que provoquem mudanças político-ideológicas e, conseqüentemente, sociais e atitudinais.

Tendo em vista os frames apresentados na Tabela 4, assim como as inferências obtidas a partir deste *corpus*, o Gráfico 3, a seguir, visa elucidar essas observações numericamente:

Gráfico 3 – Número total de frames por domínio semântico



Uma vez que encontramos 325 frames no total, organizá-los foi um grande desafio e seria inviável analisá-los todos neste trabalho; por essa razão, partindo da Tabela 4 estreitamos o número de frames para apenas os mais comuns, repetidos de 4 a 5 vezes por domínio semântico, reduzindo-os assim para 29, conforme Tabela 5, a seguir.

Pretendemos com estes dados relacionar os frames mais frequentes com as hashtags coletadas para nossa análise qualitativa dos posts e metáforas conceituais a partir da relação *FRAMES versus HASHTAGS*. Acreditamos que este caminho pode elucidar a interseccionalidade da percepção dos jovens ativistas acerca das diversas questões sociais e políticas que se entrecruzam na problemática da Emergência Climática.

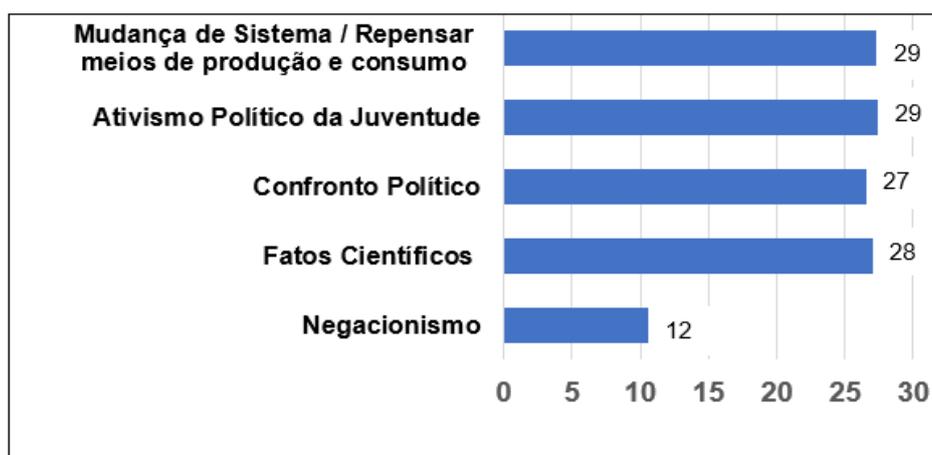
Tabela 5 – Frames mais comuns – repetidos de 4 a 5 vezes por domínio semântico

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
1	Causar_impacto	Causar_impacto	Causar_impacto	Causar_impacto	Causar_impacto
2	Cenário_de_mudança_d e_consciência	Cenário_de_mudança_d e_consciência	-----	Cenário_de_mudança_d e_consciência	Cenário_de_mudança_d e_consciência
3	Cenário_tentar_e_resolv er	Cenário_tentar_e_resolv er	Cenário_tentar_e_resolv er	Cenário_tentar_e_resolv er	-----
4	Clima	Clima	Clima	Clima	Clima
5	Confrontar_problema	Confrontar_problema	Confrontar_problema	Confrontar_problema	-----
6	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	Conjunto_de_entidades-inter-relacionadas	-----
7	Convencer	Convencer	Convencer	Convencer	Convencer
8	Emergência	Emergência	Emergência	Emergência	-----
9	Fazer_Conexão_cogniti va	Fazer_Conexão_cogniti va	-----	Fazer_Conexão_cogniti va	Fazer_Conexão_cogniti va
10	Percepção_ativa	Percepção_ativa	Percepção_ativa	Percepção_ativa	-----
11	Preocupar-se	Preocupar-se	Preocupar-se	Preocupar-se	-----
12	Processo_continuar	Processo_continuar	Processo_continuar	Processo_continuar	-----
13	Questionar	Questionar	Questionar	Questionar	-----
14	Rede	Rede	Rede	Rede	Rede
15	Redirecionar	Redirecionar	Redirecionar	Redirecionar	Redirecionar
16	Relações_pessoais	Relações_pessoais	Relações_pessoais	Relações_pessoais	Relações_pessoais
17	Rising_to_a_challenge	Rising_to_a_challenge	Rising_to_a_challenge	Rising_to_a_challenge	-----
18	Seeking_to_achieve	Seeking_to_achieve	Seeking_to_achieve	Seeking_to_achieve	-----
19	Semelhança	Semelhança	Semelhança	Semelhança	-----
20	Ser_afetado	Ser_afetado	Ser_afetado	Ser_afetado	-----
21	Ser_necessário	Ser_necessário	Ser_necessário	Ser_necessário	-----
22	Ser_relevante	Ser_relevante	Ser_relevante	Ser_relevante	-----
23	Situação_como_estímulo_por_outros	Situação_como_estímulo_por_outros	Situação_como_estímulo_por_outros	Situação_como_estímulo_por_outros	Situação_como_estímulo_por_outros
24	Source_path_goal	Source_path_goal	Source_path_goal	Source_path_goal	-----

	Ativismo político da juventude	Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo	Confronto Político	Fatos Científicos	Negacionismo
25	Temer	Temer	Temer	Temer	-----
26	Tentar_meios	Tentar_meios	Tentar_meios	Tentar_meios	-----
27	Tentar_persuadir	Tentar_persuadir	Tentar_persuadir	-----	Tentar_persuadir
28	Tornar-se_visível	Tornar-se_visível	Tornar-se_visível	Tornar-se_visível	Tornar-se_visível
29	Transmitir_importância	Transmitir_importância	Transmitir_importância	Transmitir_importância	Transmitir_importância

A partir da Tabela 5, considerando o entrecruzamento dos dados e a interseccionalidade das discussões sobre a crise climática, inferimos os frames que mais se destacaram em nosso *corpus*. Neste recorte, com o número reduzido de frames, o Gráfico 4 apresenta a mesma relação FRAMES *versus* DOMÍNIOS SEMÂNTICOS, todavia agora com os frames mais repetidos.

Gráfico 4 – Número total de frames por domínio semântico a partir dos frames mais repetidos – de 4 a 5 ocorrências



Salientamos com o gráfico acima que, mesmo com o número de frames reduzidos, pode-se chegar às mesmas discussões obtidas pelo Gráfico 3. Embora a ordem de classificação pelo número de ocorrências seja ligeiramente diferente (*Mudança de Sistema / Repensar meios de produção e consumo* e *Ativismo Político da Juventude* aparecem empatados em primeiro lugar, *Fatos Científicos* em segundo, *Confronto Político* em terceiro e *Negacionismo* em último), estes números incitam as mesmas reflexões.

Notamos uma juventude insatisfeita com os modelos de produção e consumo, os quais favorecem o capital em detrimento da vida, movida pelo desejo de mudança através do ativismo climático e discursos de afrontamento político. Igualmente, o domínio *Negacionismo* aparecer em último confirma a hipótese de uma juventude mais consciente e esclarecida em termos de disseminação de ideias e conteúdos com embasamento científico. Isso posto, partiremos para a última etapa de nossa análise quantitativa, na qual

relacionamos os 05 domínios semânticos com o conjunto de hashtags elencadas na Tabela 2.

7.2 A classificação das hashtags por domínios semânticos

Mais um apontamento sobre os dados numéricos também relevante para este estudo consiste na relação HASHTAGS *versus* DOMÍNIOS SEMÂNTICOS. As tabelas a seguir visam minuciar, de forma mais clara e objetiva, o número exato de hashtags relacionadas aos domínios semânticos identificados, nos permitindo, desta forma, perceber quais se destacam no ativismo virtual no que concerne ao *corpus* de hashtags.

Assim como já destacado, tais tabelas consistem em uma tentativa de organizar os dados numéricos; todavia, acreditamos que na análise qualitativa muitos destes dados irão se entrecruzar, pois são interdependentes para a compreensão global da questão estudada nesta tese.

Tabela 6 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo

Hashtags		Total
1	#savetheplanet	13.738.694
2	# sustentabilidade	8.029.680
3	#bethechange	8.331.217
4	#bethechangeyouwanttosee	657.085
5	#bethechangeyouwannasee	
6	#bethechangeyouwant2see	
7	#bethechangeyouwanttoseeintheworld	165.432
8	#peopleoverprofit (s)	160.441
9	#salveoplaneta	125.732
10	#desmatamento (não)	92.525
11	#sustentabilidadeambiental	73.969
12	#theresnoplanetb	71.388
13	#systemchange (s/now)	53.527
14	#systemchangenotclimatechange	48.856
15	#peoplenotprofit (s)	35.751
16	#climateeducation (matters/now/youth/is important)	30.335
17	#uprootthesystem	25.387
18	#desmatamentozero (já)	18.873
19	#endfossil (fuels/now)	16.839
20	#nãoháplanetab	4.108
21	#climatechangeeducation (act)	3.144

22	#educaçãoclimática	2.238
23	#combustíveisfósseis (não)	1.864
24	#descolonizeosistema	1.095
25	#mudeosistemanaõoclima	409
26	#chegadeclimão	389
27	#pessoasacimadolucro	127
28	#mudeosistemanaõomudeoclima	103
29	#nãoháumplanetaB	53
TOTAL		31.689.261

Tabela 7 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Fatos científicos

Hashtags		Total
1	#climatechange (s)	7.819.446
2	#globalwarming	2.348.737
3	#climatecrisis	1.177.041
4	#climatechangeisreal (now)	841.807
5	#climateemergency	577.778
6	#deforestation (s)	333.690
7	#globalwarmingisreal	139.197
8	#sosamazonia	115.265
9	#emergênciaclimática	106.778
10	#aquecimentoglobal	88.024
11	#climatebreakdown	62.926
12	#criseclimática	33.450
13	#CO ₂ emission (s)	22.260
14	#climatecrisisisreal	10.739
15	#tomorrowistoolate	9.314
16	#climatechangeeffect (s)	8.828
17	#CO ₂ reduction (s)	7.938
18	#climatechangenews	6.272
19	#deforestationawareness	6.015
20	#climatechangeishere (now)	4.521
21	#desertificação (não)	3.737
22	#climatechangefact (s)	3.260
23	#colapsoclimático (antropogénico/mundial/global)	2.177
24	#climatechangechallenge(s)	1.915
25	#deforestationisreal	713
26	#earthisonfire	656
TOTAL		13.732.484

Tabela 8 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Ativismo político da juventude

Hashtags		Total
1	#climateact (-ion/s/now)	1.878.651
2	#fridaysforfuture	1.154.323
3	#climastrike	780.000
4	#greenwashing (sucks / alert / kills /	161.602

	awareness / exposed / companies /facts /machine / is brainwashing)	
5	#climatechangeawareness (action)	98.556
6	#climateactivist (s)	78.411
7	#climateactivism (s)	40.639
8	#climateaction (s/now)	31.212
9	#fridays4future	26.006
10	#globalstrikeforfuture	20.567
11	#youthclimatestrike (s)	20.153
12	#climatechangesolution (s)	15.803
13	#climatechangemarch	7.299
14	#climatechangestrike (s)	5.860
15	#climatechangemitigation (action)	5.686
16	#greveglobalpeloclima	5.610
17	#grevepeloclima	5.574
18	#açãoclimática	5.518
19	#climatechangeuprotest (s)	5.330
20	#youthclimateaction (now/day)	4.361
21	#climatechangeactivist (s/-ism)	3.644
22	#youthclimatesummit (s)	2.036
23	#youthclimateleader (s/-ship)	1.735
24	#açãopeloclima	1.242
25	#youthclimatemarch	1.156
26	#jovens (juventude) peloclima	909
27	#youthclimateactivist (s/-ism)	881
28	#movimentopeloclima	557
29	#sextaspelofuturo	513
30	#youthclimatemovement	439
31	#sextapeloclima	186
32	#grevepelofuturo	107
33	#juventude (jovens) pelomeioambiente	90
34	#sextasfeiraspelofuturo	51
35	#greveglobapelofuturo	26
TOTAL		4.364.733

Tabela 9 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Confronto político

	Hashtags	Total
1	#nomoreexcuses (2019 / 2020 /2021 /2022 /2023)	779.726
2	#climatejustice (now)	643.064
3	#howdareyou	118.017
4	#nomoreemptypromises	23.686
5	#climatepolicy (now)	10.719
6	#justiçaclimática (já/agora)	11.928
7	#wearewatchingyou	11.297
8	#climatelaw (s/now)	2.251
9	#climatepolicies	417
10	#políticasclimáticas	157
TOTAL		1.601.262

Tabela 10 – Hashtags relacionadas ao domínio semântico Negacionismo

Hashtags		Total
1	#climachangeisfake	3.379
2	#climatechangedenial (-ists/-ism)	2.235
3	#climatechangeisntreal (tho/though)	1.043
4	#climatechangeisfakenews (right)	830
5	#globalwarmingisfake (news)	298
6	#aquecimentoglobalnãooexiste	205
7	#aquecimentoglobalé (uma) mentira	17
8	#aquecimentoglobalé (uma) farsa	16
9	#climatecrisisisfake	15
TOTAL		8.038

Partindo dos dados demonstrados nas tabelas de 6 a 10, a Tabela 11 nos traz um resumo dos números totais identificados:

Tabela 11 – Total de hashtags por domínio semântico

Domínios Semânticos	Total de Hashtags
Mudança de sistema /Repensar meios de produção e consumo	31.689.261
Fatos científicos	13.732.484
Ativismo político da juventude	4.364.733
Confronto político	1.601.262
Negacionismo	8.038

Como observado, assim como na lista de frames, as hashtags que mais se destacam são aquelas ligadas ao argumento e à defesa de uma ruptura ou do repensar as ações humanas em termos de produção industrial, exploração de recursos naturais e combustíveis fósseis, assim como as relações de consumo; em outras palavras, uma mudança/reestruturação do sistema capitalista no qual nos inserimos, cuja responsabilidade sobre a degradação ambiental é atribuída ao desenvolvimento econômico, que favorece uma pequena parcela da população mundial em detrimento da exploração histórica dos países e continentes vítimas dos processos de colonização.

As hashtags voltadas a este domínio semântico revelam o desejo da juventude crítica de repensar os modos de produção e consumo atuais, de forma a mitigar os impactos da dependência de combustíveis fósseis e a superemissão de CO₂, que está rapidamente degradando o equilíbrio climático,

provocando inúmeras catástrofes ambientais e sujeitando o planeta a uma iminente crise climática irreversível.

Assim como na relação apresentada entre frames e domínios semânticos, outro dado que nos chamou a atenção foi o domínio *Fatos científicos* estar em segundo lugar se tratando da quantidade de hashtags viralizadas, e o *Negacionismo* aparecer em último, em número pouco expressivo. Isso indica, novamente, que cada vez mais a juventude conta com dados cientificamente legitimados e busca fontes confiáveis ao compartilhar informações sobre a crise do clima no Instagram, demonstrando maturidade e um ativismo consciente e embasado cientificamente.

Síntese

O referido capítulo conclui a etapa quantitativa da nossa análise, que demonstra um panorama geral dos dados numéricos coletados até junho/2023, a saber, hashtags e frames. Primeiramente, abordamos a inter-relação do *corpus* de hashtags com um conjunto de frames elencados a partir das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet da universidade de Berkeley, Califórnia. Identificamos em primeira análise 325 frames, e 29 frames em segunda análise, com aqueles mais repetidos, os caracterizando por domínios semânticos.

O domínio *Mudança de Sistema / Repensar meios de produção e consumo* englobou o maior número de frames, refletindo um ativismo focado em questionar o capitalismo e seu impacto socioambiental. Os domínios *Ativismo Político da Juventude* e *Fatos Científicos* também se destacaram, indicando uma juventude engajada e fundamentada em dados legitimados cientificamente e informações verídicas ao viralizar conteúdos sobre a crise do clima. O domínio *Negacionismo* foi o menos frequente, reforçando esta observação.

Finalmente, nossa última etapa quantitativa tratou da análise das hashtags em relação aos domínios semânticos, revelando que, assim como na análise dos frames, as hashtags mais comuns no ativismo climático virtual

estão ligadas à crítica e à proposta de reestruturação do sistema capitalista, especialmente em relação à produção industrial, consumo de combustíveis fósseis e exploração de recursos naturais, refletindo o desejo da juventude de mitigar os impactos ambientais causados por esses fatores. Além disso, o domínio *Fatos Científicos* aparece em segundo lugar, enquanto *Negacionismo* é pouco expressivo, indicando um ativismo juvenil consciente e embasado em dados científicos confiáveis, como já demonstrado.

A partir dos *corpora* sobre os quais dissertamos e as relações entre eles, demonstramos algumas motivações ideológicas e questionamentos da juventude acerca da crise climática, cujos impactos sobre o planeta e as populações mais vulneráveis já são fatos observados e comprovados tanto no campo científico quanto no dia a dia dos mais afetados em esfera mundial. A análise quantitativa revelou também a interseccionalidade das questões sociopolíticas na percepção dos jovens ativistas, assim como a interconexão entre hashtags, frames, atos de fala e domínios semânticos, o que embasará, a partir daqui, nossa análise qualitativa.

Capítulo 8 – Os discursos da ativista Greta Thunberg: ativismo da juventude, polarização e interseccionalidade⁷⁸

Nossa próxima etapa de análise, qualitativa, pretende-se um pouco mais complexa, uma vez que a análise se apoia no vínculo entre as teorias e resultados realçados até aqui. Portanto, nesta fase final do trabalho, contaremos com a interdiscursividade e a interseccionalidade identificadas nas análises quantitativas, ou seja, buscaremos aglutinar a transdisciplinaridade defendida nos Estudos Críticos do Discurso, mais especificamente na ACD e na APD.

Uma vez que pretendemos propor metáforas conceituais como meios de compreensão e enquadramento da problemática nos sistemas de frames do público-alvo selecionado para esta pesquisa, assim como finalizar esta pesquisa com exemplos de posts nos quais as hashtags e a questões envolvidas ao ativismo climático e à polarização são encontradas, nos atentamos, primeiramente, aos discursos da ativista Greta Thunberg que deram início ao movimento mundial *Fridays for Future*, através das greves estudantis pelo clima e das redes sociais.

8.1 O discurso do *United Nations Summit* (2019)

O primeiro discurso escolhido para exemplificar algumas das características mais marcantes do ativismo da juventude consiste no proferido pela ativista mundialmente conhecida Greta Thunberg, no *United Nations Summit*, em 23 de setembro de 2019, Nova York.

Famoso por suas frases de impacto como “we will be watching you” e “how dare you”, direcionadas aos poderes políticos então presentes, este discurso ganhou grande notoriedade pelo seu tom de confronto, de embate entre a juventude ativista contra a inércia de grandes detentores do poder político-econômico diante da crise climática, a exemplo de grandes potências como os EUA, governado por Donald Trump à altura, que se recusou a falar na

⁷⁸ Os três discursos completos e suas versões traduzidas e adaptadas para o português encontram-se nos anexos.

conferência; China, Brasil, Argentina, França, Alemanha e Turquia, que não anunciaram o aumento de medidas de mitigação conforme o Acordo de Paris; e a Índia, que não se comprometeu com a redução do uso de carvão.

Vale destacar que entre 20 e 27 de setembro do referido ano, ou seja, quando o *UN Summit* estava na agenda mundial, o movimento juvenil de greve pelo clima ganhou mais força, impulsionado pelo discurso de GT. Este fato foi observado na nossa coleta de dados, quando as páginas do Instagram *Fridays for Future* são criadas e os posts e hashtags/expressões convidando e instigando os jovens a engajarem-se ficam cada vez mais frequentes.

Como demonstração da forte polarização e confronto político, os quais se tornaram marcas da referida ativista, escolhemos alguns excertos do referido discurso, tais como:

My message is that we'll be watching you.

This is all wrong. I shouldn't be up here. I should be back in school, on the other side of the ocean. Yet you all come to us young people for hope? How dare you?!

You have stolen my dreams and my childhood with your empty words. And yet I am one of the lucky ones. People are suffering. People are dying. Entire ecosystems are collapsing. We are in the beginning of a mass extinction. And all you can talk about is money and fairy tales of economic growth. How dare you!

(...) The popular idea of cutting our emissions in half in 10 years only gives us a 50% chance of staying below 1.5C degrees, and the risk of setting off irreversible chain reactions beyond human control.

50% maybe is acceptable to you. But those numbers do not include tipping points, most feedback loops, additional warming hidden by toxic air pollution or the aspects of equity and climate justice. They also rely on my generation sucking hundreds of billions of tons of your CO₂ out of the air with technologies that barely exist. So of 50% risk is simply not acceptable to us – we who have to live with the consequences.

To have a 67% chance of a staying below a 1.5C global temperature rise, the best odds given by the IPCC, the world had 420 gigatons of CO₂ left to emit back on January 1st, 2018. Today that figure is already down two less than 350 gigatons. How dare you pretend that this can be solved with business-as-usual and some technical solutions? With today's emissions levels, that remaining CO₂ budget will be entirely gone within less than eight and a half years.

How dare you continue to look away, and come here saying that you are doing enough, when the politics and solutions needed are still nowhere in sight.

You say you hear us and that you understand the urgency. But no matter how sad and angry I am, I do not want to believe that. Because if you really understood the situation and still kept on failing to act, then you would be evil. There will not be any solutions or plans presented in line with these figures here today. Because these numbers are too uncomfortable. And you are still not mature enough to tell it like it is.

You are failing us. But the young people are starting to understand your betrayal. The eyes of all future generations are upon you. And if you choose to fail us, I say: we will never forgive you. (...) The world is waking up. And change is coming, whether you like it or not.

O primeiro aspecto que destacamos a partir destes excertos consiste na estratégia retórica de polarização marcada pelo constante uso dos pronomes VOCÊS *versus* EU/MEU/NÓS/ELAS (as pessoas). A ativista sinaliza fortemente que em meio à grave crise climática existem um NÓS e ELAS, a juventude e as pessoas menos favorecidas, que irão herdar as consequências do aquecimento global, que lutam contra um VOCÊS, poderes políticos e econômicos que não apresentam respostas e ações efetivas para a mitigação dessas consequências, priorizando o desenvolvimento econômico em detrimento de um iminente colapso ambiental. O discurso aponta os políticos – VOCÊS – como “maus”, “perversos” (“you would be evil”), insensíveis ao sofrimento das vítimas – NÓS/ELAS (“You are failing us”; “People are suffering. People are dying.”). Salvador (2022, p. 50) reitera tal observação, ao afirmar:

The “us” whom she aims to include in her ideal audience. She is thus able to construct more effectively one of the “identification groups” (...). The opposing group, on the other hand, is intimately associated with the older members of society, the powerful elders who run the economic system and world order and whose advanced age means that, presumably, they will not have to suffer the effects of the climate catastrophe. Psychologically this explains why “they” are not inclined to make a costly effort now, because they will not benefit from it in the future.⁷⁹

Ao intercalar em sua fala os pronomes EU/MEU com NÓS/ELAS, GT evidencia um grande poder de persuasão, pois, como a maior representante do

79 O “nós” que ela pretende incluir no seu público ideal. Ela assim consegue construir de forma mais eficaz um dos “grupos de identificação” (...). O grupo adversário, por outro lado, está intimamente associado aos membros mais velhos da sociedade, os mais poderosos que conduzem o sistema econômico e a ordem mundial, e cuja idade avançada significa que, presumivelmente, não terão de sofrer os efeitos da catástrofe climática. Psicologicamente, isto explica por que “eles” não estão inclinados a fazer um esforço dispendioso agora, porque não se beneficiarão no futuro (tradução nossa).

ativismo dos mais jovens, se coloca como parte da população mais afetada, não se distancia das vítimas. Com esta estratégia retórica, GT consegue agregar mais ativistas jovens a sua causa, e ganhar a confiança e a empatia do público adulto, ao manifestar raiva e indignação diante do sofrimento e da morte de povos e ecossistemas.

Além disso, apontando os poderes políticos como negligentes (“How dare you continue to look away, and come here saying that you are doing enough, when the politics and solutions needed are still nowhere in sight.”), a polarização fica ainda mais evidente, criando um cenário de hostilidade e enfrentamento. Em Salvador (2022) encontramos mais embasamento para as observações acima, quando afirma que nesse modelo de enquadramento discursivo, GT tem polarizado discursos em fóruns internacionais, se tornando alvo de críticas e ataques pessoais de negacionistas. O autor (*ibid.*, p. 250) destaca que

[p]ersonal attacks on Thunberg have focused on her unusual youth (and her consequential lack of academic training), on the accusatory and provocative tone of her speeches, and even on her excessive use of the first person – a sort of “J’accuse” (...). For example: “My name is Greta Thunberg. I am 16 years old”; “We children are doing this to wake the adults up”; “You are failing us. But young people are starting to understand your betrayal. The eyes of all future generations are upon you. And if you choose to fail us. I say: we will never forgive you.”⁸⁰

Para além da marcada polarização, quando olhamos para os domínios semânticos, hashtags e frames listados na análise quantitativa deste trabalho, os excertos comprovam a natureza interdiscursiva e interseccional do discurso com os dados. O domínio semântico *Confronto político* se destaca neste discurso, pelo tom acusatório e até mesmo irônico, quando GT, uma adolescente ainda no Ensino Médio, acusa os poderes políticos então

80 (...) ataques pessoais a Thunberg focaram-se na sua juventude excepcional (e sua consequente falta de formação acadêmica), no tom acusatório e provocativo dos seus discursos, e até no uso excessivo da primeira pessoa – uma espécie de “Eu acuso” (...). Por exemplo: “Meu nome é Greta Thunberg. Tenho 16 anos”; “Nós, as crianças, estamos fazendo isso para acordar os adultos”; “Você está falhando conosco. Mas os jovens estão começando a entender a sua traição. Os olhos de todas as gerações futuras estão sobre vocês. E se vocês escolherem falhar conosco, eu digo: nós jamais perdoaremos vocês” (tradução nossa).

presentes de não possuírem maturidade suficiente para encarar os dados científicos, os números “desconfortáveis”.

Aqui destaca-se a antítese como estratégia retórica: uma criança, voz de uma geração de adolescentes, se posicionando como mais madura e consciente do que políticos experientes, grandes potências, para encarar uma catástrofe iminente. Esta mesma adolescente, ao fazer uso de atos de fala compromissivos em primeira pessoa, expressa compromisso e ameaça (“we'll be watching you”; I say: we will never forgive you.”).

Ainda sob este domínio semântico, encontramos estratégias metonímicas como formas de embate político (“The eyes of all future generations are upon you. (...) The world is waking up.”). “Os olhos” das gerações futuras representam os jovens que estão despertando para a ameaça ao seu futuro; a primeira declaração aponta as futuras gerações como a ‘polícia’, o mecanismo de coerção social que irá monitorar as ações dos ‘mais velhos’ e poderosos, e puni-los, caso sua inação e negligência permaneçam.

Já no segundo enunciado, “O mundo” aparece como representação, hiperônimo para os povos, os indivíduos, a raça humana, as gerações futuras. O verbo “acordar”, neste contexto, também possui sentido metafórico, cognitivamente correlacionado com a metonímia “os olhos”. Acordar, abrir os olhos, vigiar os poderes políticos: ações de militância e afrontamento à inércia política em prol dos poderes econômicos, da primazia do lucro.

Não podemos deixar de comentar a expressão “How dare you?!” que, após o discurso de GT, tornou-se uma espécie de ‘jargão’ da militância ambiental. Como um ato de fala diretivo indireto, GT e os demais militantes do movimento *Fridays for Future* passaram a adotar o questionamento como forma de intimidar e pressionar poderes políticos a agir; a expressão, enunciada de forma desafiadora e ousada, ganha então um significado no contexto da militância ambiental, tornando-se um recurso retórico nos discursos de afrontamento.

O enunciado ganhou repercussão também pela expressão de raiva e embate da ativista; neste caso, temos o modo pictórico, visual, que corrobora com sua natureza combativa. Com a junção dos modos verbal e pictórico, a

expressão “How dare you!?” poderia também ser interpretada como um ato de fala expressivo, pois, ao mesmo tempo em que desafia os poderes políticos a agir, também expressa emoções da geração mais atingida, aqui representada por GT: raiva, indignação, revolta, embate.

No enunciado, juntamente com a imagem, pode-se apreender a heteroglossia ou a polifonia, ou até mesmo a ideia de heterogeneidade constitutiva defendida por Authier-Revuz (2004), quando o discurso de um sujeito é perpassado pelo discurso do OUTRO: neste caso, a voz de GT é também a voz dos mais jovens e das populações mais afetadas pela crise do clima.

Figura 2 – Expressão de Greta Thunberg no discurso do UN Summit, ao proferir o enunciado “How dare you?!”



Fonte: [Imgflip](#), 2023.⁸¹

Nesse cenário, importa destacar que os enunciados de enfrentamento de GT passaram, com este discurso, a ativar a memória discursiva dos ouvintes/interlocutores/leitores, os quais, através do interdiscurso e da heterogeneidade que compõem as incontáveis manifestações discursivas de militância, passam a interagir com sua realidade sociodiscursiva de maneira menos passiva, “(re)significando sua interpretação de questões políticas e sociais através dos processos dialógicos e argumentativos interpelados nos textos, na base da expressão idiomática” (Ribeiro; Almeida, 2021, p. 27).

81 Disponível em: <[Greta Thunberg how dare you - Imgflip](#)>. Acesso: set. 2023.

A nosso ver, outro domínio semântico que merece destaque é *Fatos científicos*. Neste contexto, percebemos a estratégia retórica da alternância entre o tom emotivo e hiperbólico, o apelo emocional (raiva, sofrimento, morte, extinção em massa, o roubo dos sonhos da juventude), e a menção de dados científicos divulgados no relatório do *IPCC*. GT, ao dar um tom individual ao seu discurso (EU/MINHA MENSAGEM/NÓS), mantém a atenção do público ao mesmo tempo que provoca uma reação de empatia e inclusão, a não delimitação de fronteiras entre os indivíduos, a raça humana então ameaçada: o EU, o NÓS e ELAS (pessoas afetadas) agregam um único grupo de indivíduos vítimas da crise climática. Tal esquema discursivo é incorporado à inserção de dados numéricos, científicos e objetivos, que dificilmente chegariam às mídias de massa pelo seu tom acadêmico.

Esta alternância APELO EMOTIVO e INCLUSÃO *versus* FATOS CIENTÍFICOS revela um discurso que se pretende acessível ao público leigo, visando à disseminação e ao compartilhamento desses dados entre diversos públicos, aumentando seu acesso à informação, conscientização, despertando um olhar mais crítico diante da EC. O apelo a enunciados que corroboram dados legitimados cientificamente é feito através de atos de fala assertivos, a exemplo de:

(...) The popular idea of cutting our emissions in half in 10 years only gives us a 50% chance of staying below 1.5C degrees, and the risk of setting off irreversible chain reactions beyond human control.

50% maybe is acceptable to you. But those numbers do not include tipping points, most feedback loops, additional warming hidden by toxic air pollution or the aspects of equity and climate justice. They also rely on my generation sucking hundreds of billions of tons of your CO₂ out of the air with technologies that barely exist. So of 50% risk is simply not acceptable to us – we who have to live with the consequences.

To have a 67% chance of a staying below a 1.5C global temperature rise, the best odds given by the IPCC, the world had 420 gigatons of CO₂ left to emit back on January 1st, 2018. Today that figure is already down two less than 350 gigatons. (...) With today's emissions levels, that remaining CO₂ budget will be entirely gone within less than eight and a half years.

Já o domínio semântico *Mudança de sistema/Repensar meios de produção e consumo* aparece nos enunciados: "(...) The world is waking up.

And change is coming, whether you like it or not.”; “We are in the beginning of a mass extinction. And all you can talk about is money and fairy tales of economic growth.” Nestes excertos GT já sinaliza um dos traços da militância juvenil, que consiste no desejo de mudança da sociedade de consumo como a conhecemos nos moldes de produção atuais, ainda com enorme dependência de combustíveis fósseis e o incentivo ao consumo exacerbado de produtos e bens que intensificam a emissão industrial de CO₂, o desmatamento e a produção de lixo cujo processo de reciclagem ainda é insuficiente.

Tal perspectiva sobre a contenção das ações humanas que maximizam os efeitos da EC ganhou mais força nas redes sociais a partir de 2021 e 2022, com hashtags como *#uprootthesystem* (*#descolonize o sistema*), *#theresnoplanetb* (*#nãoháumplanetab*), *#bethechange* (*#sejaamudança*), *#peoplenotprofit* (*#pessoasacimadolucro*), entre outras.

Sobre os domínios semânticos *Ativismo da juventude* e *Negacionismo*, entendemos que estes perpassam todos os outros. Todo o discurso consiste em um ato diretivo de ativismo, que pretende levar um grupo (os políticos, as grandes potências, corporações econômicas, os mais velhos) a agir, a enfrentar a crise climática, a encarar a urgência da situação cientificamente comprovada.

Sobre o segundo domínio, o discurso não cita explicitamente o negacionismo, mas acusa o grupo acima de inação, de traidores da juventude. Não são apontados diretamente como negacionistas, mas como negligentes, favorecedores de poderes econômicos em detrimentos do futuro do planeta e das novas gerações; nesse sentido, negligenciar uma problemática tão evidente e não agir severamente para conter o aquecimento global seria favorável a discursos negacionistas.

Finalmente, neste discurso, dos 29 frames mais comuns listados em nossa análise quantitativa, destacamos alguns evidentes, a exemplo de *ações_políticas*, *causar_impacto*, *causar_mudança*, *convencer*, *tornar-se_visível*, *cenário_de_mudança_de_consciência*, *cenário_tentar_e_resolver*, *emergência*, *conjunto_de_entidades_inter-relacionadas*, *confrontar_problema*, *fazer_conexão_cognitiva*, *ser_afetado*, *rising_to_a_challenge*, *tentar_persuadir*,

preocupar-se, transmitir_importância, temer, questionar. Isso posto, os próximos discursos foram aglutinados em um único tópico, por serem menores e apresentarem tons mais amenos, o que veremos na discussão a seguir.

8.2 Os discursos da COP25 (2019) e COP28 (2023)

O segundo discurso que examinaremos foi proferido na COP25, ocorrida em Madrid de 02 a 13 de dezembro, também em 2019. Um pouco maior e com um tom mais ameno, fazendo referência ao discurso do *UN Summit*, o discurso da COP25 centrou-se mais em dados científicos e na esperança por mudanças; todavia, a ativista enaltece que a mudança deve acontecer a partir da união e engajamento dos indivíduos, e não dos poderes políticos.

Greta Thunberg também apelou aos mais ricos do mundo, que consistiam então em 10% da população global, aos quais foi atribuída pelo relatório do *IPCC* a maior responsabilidade pela EC: enquanto estes 10% mais ricos são responsáveis pela emissão da metade de gases de efeito estufa na atmosfera, os países mais pobres respondem por apenas um décimo da emissão.

Em alguns trechos, mais assertivos e menos confrontativos, observamos a intertextualidade e a interdiscursividade com o discurso anterior no que diz respeito à cobrança de ações efetivas por parte dos poderes políticos e dos maiores emissores de gases poluentes. Nas falas abaixo, GT acusa os países mais ricos de se esquivarem da responsabilidade, de se absterem da responsabilidade de ações urgentes:

This is not leading. This is misleading. Because most of these pledges do not include aviation, shipping, and imported and exported goods and consumption. They do, however, include the possibility of countries to offset their emissions elsewhere.

Countries are finding clever ways around having to take real action. Like double-counting emissions reductions and moving their emissions overseas and walking back on their promises to increase ambition or refusing to pay for solutions or loss of damage. This has to stop.

And I still believe that the biggest danger is not inaction. The real danger is when politicians and CEOs are making it look like real action is happening when

in fact almost nothing is being done apart from clever accounting and creative PR.

That means that richer countries need to do their fair share and get down to real zero emissions much faster and then help poorer countries do the same, so people in less fortunate parts of the world can raise their living standards.

No próximo excerto, nota-se a mesma estratégia retórica utilizada no discurso anterior, quando GT apela para o lado emocional de seus ouvintes, mantendo assim a atenção do público e gerando maior sentimento de conexão entre os indivíduos mais afetados. Após anunciar dados científicos alarmantes, a exemplo da reserva de carbono acabar em 8 anos e o planeta já ter chegado ao aumento de 1,5°C, causando a morte de seres humanos, ecossistemas e eventos climáticos extremos, a ativista incorpora enunciados evocando sentimentos como pânico, raiva, alarmismo e emergência, podendo ser interpretados como atos de fala expressivos indiretos: este pode ser um recurso para construir uma relação de empatia e, também como atos de fala diretivos, podem instigar tanto os cidadãos comuns como os poderes políticos a agirem.

Outrossim, encontramos novamente a mescla do EU com o NÓS, quando a ativista se inclui no grupo dos mais afetados, instigando a militância dos indivíduos por ações que gerem mudanças significativas e provoquem um sentimento de esperança para o futuro:

So please tell me, how do you react to these numbers without feeling at least some level of panic? How do you respond to the fact that basically nothing is being done about this without feeling the slightest bit of anger? And how do you communicate this without sounding alarmist? I would really like to know.

In an emergency, you change your behaviour. (...) And without that sense of urgency, how can we, the people, understand that we are facing a real crisis? And if the people are not fully aware of what is going on, then they will not put pressure on the people in power to act. And without pressure from the people, our leaders can get away with basically not doing anything (...).

Nos excertos supracitados, notamos a prevalência do domínio semântico *Fatos científicos*, seguido de *Confronto político*. Na totalidade do discurso, percebe-se maior ênfase a dados científicos, números e informações divulgadas no relatório do *IPCC*, o que nos leva a inferir que os atos de fala mais recorrentes são os assertivos. GT, logo no início, anuncia que,

diferentemente de discursos anteriores cujo foco era pessoal e emocional, este incide sobre a ciência:

(...) I've given many speeches and learned that when you talk in public, you start with something personal or emotional to get everyone's attention. (...) But today I will not do that because then those phrases are all that people focus on. They don't remember the facts. The very reason why I say those things in the first place, we no longer have time to leave out the science. For about a year I have been constantly talking about our rapidly declining carbon budgets over and over again. But since that is still being ignored, I will just keep repeating it.

In chapter two, on page 108 in the SR 1.5 IPCC report that came out last year, it says that if we ought to have a 67% chance of limiting the global temperature rise to below 1.5°C. We had on January 1, 2018, 420 gigatons of CO₂ left to emit in that budget. And of course, that number is much lower today as we emit about 42 gigatons of CO₂ every year including land use.

Since the Paris Agreement, global banks have invested US\$ 1.9 trillion in fossil fuels. One hundred companies are responsible for 71% of global emissions. The G20 countries account for almost 80% of total emissions. The richest 10% of the world's population produce half of our CO₂ emissions, while the poorest 50% account for just one-tenth. We indeed have some work to do but some more than others.

Nos dois domínios semânticos percebidos até então, alguns dos frames em comum entre eles são: ações_políticas, causar_impacto, cenário_tentar_e_resolver, clima, convencer, confrontar_problema, emergência, preocupar-se, rede, *rising_to_a_challenge*, *seeking_to_achieve*, ser_afetado, ser_necessário, ser_relevante, *source_path_goal*.

O próximo domínio semântico que se destaca, aparecendo com o maior número de hashtags na nossa análise quantitativa, ao qual, por esta razão, daremos mais ênfase na próxima etapa desta pesquisa, consiste em *Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo*. O final do discurso de GT já sinalizava uma mudança de perspectiva sobre o enfrentamento à crise climática. Como mostrado na parte teórica, domínios-fonte como GUERRA e APOCALIPSE passam, com novas narrativas de luta e engajamento, a dar lugar a discursos de esperança, da mudança através da conscientização e do ativismo dos cidadãos comuns e das novas gerações.

Nos excertos a seguir, mais uma vez, o intercalar entre o EU enunciador, o NÓS (eu e as pessoas) e o ELAS (as pessoas) atua como uma forte estratégia de fortalecimento do sentimento de união contra o ELES (governos e corporações). Embora a polarização também apareça neste trecho, ela surge

como fator motivador para que a mudança comece pelos povos, cidadãos comuns, a juventude – já que os poderes econômicos e políticos até então não apresentaram propostas efetivas e urgentes.

(...) In just three weeks, we will enter a new decade, a decade that will define our future. Right now, we are desperate for any sign of hope. I'm telling you, there is hope. I have seen it but it does not come from the governments or corporations. It comes from the people.

The people who have been unaware but are now starting to wake up. And once we become aware, we change. People can change. People are ready for change. And that is the hope because we have democracy and democracy is happening all the time. Not just on election day but every second and every hour. It is public opinion that runs the free world. (...) every great change throughout history has come from the people. We do not have to wait. We can start the change right now.

We, the people. Thank you.

Vale também salientar a ênfase dada à democracia nesse processo de repensar as ações individuais, em prol da conscientização e da mudança dos sujeitos para a mitigação da crise climática. Esta intervenção é de suma importância, uma vez que respalda a liberdade de expressão e ação dos militantes, tanto física (como os protestos de rua e greves dos estudantes) quanto via redes sociais. Thunberg, muito perspicaz neste ponto, reitera que nos sistemas democráticos é a opinião pública que conduz “o mundo livre”, abrindo caminho para debates, questionamentos e ações de ativismo interseccionais em nível global.

Neste domínio semântico, destacamos os frames: cenário_de_mudança_de_consciência, cenário_tentar_e_resolver, clima, confrontar_problema, conjunto_de_entidades-inrelacionadas, convencer, fazer_conexão_cognitiva, percepção_ativa, questionar, rede, *reforming_a_system*, relações_pessoais, *rising_to_a_challenge*, situação_como_estímulo_por_outros, ser_necessário, *source_path_goal*. O frame *reforming_a_system*, embora se repita apenas 2 (duas) vezes na tabela geral, o consideramos fundamental no contexto desse domínio semântico e desse discurso.

O terceiro e último discurso posto aqui para análise consiste no mais recente, expresso na última *Conference of Parties, COP28* (2023), em Dubai.

Este discurso, bem menor do que os dois anteriores, não apresentou grandes mudanças em termos de estratégias retóricas e novos argumentos. O discurso mostrou-se mais como um resumo, uma paráfrase dos outros dois, enfatizando os mesmos aspectos já comentados, de forma concisa e bem menos detalhista em termos de dados.⁸²

Neste caso, a intertextualidade com o primeiro discurso aparece nos atos de fala compromissivos, como em “we’ll be watching you” (*United Nations Summit*) e “It is what we decide now that will define the rest of humanity's future” (*COP28*). De maneira geral, GT faz uso de atos de fala assertivos para dar o tom discursivo, sem contudo desta vez apresentar dados científicos numéricos.

A ativista apenas reafirma o já-dito nos discursos anteriores, num teor mais ameno, porém ao mesmo tempo assertivo. O que se destaca nesta fala, portanto, é a heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva (Authier-Revuz, 2004), pois o último discurso perpassa os dois primeiros, em termos de ideologias e concatenamento de ideias:

(...) it will be a death sentence to countless of people and it is already a death sentence to countless of people living on the front lines of the climate crisis today, but the political will is nowhere to be seen. The people in power are spending their time looking for full solutions and finding and creating loopholes which maintains business as usual and keeps them in the position of power.

Já o segundo trecho do discurso aponta para o caráter diretivo, tanto em termos de ações ativistas, quanto à incitação, mais uma vez, do confronto e da instigação de tomada de decisões políticas. Embora os atos de fala assertivos sejam os mais usados, interpretamos o referido excerto como diretivo indireto, pois seu efeito perlocutório intentado consiste na continuação e na resiliência dos militantes, assim como no apelo para que os decisores políticos parem de falhar com as futuras gerações:

Our responsibility and our role here as activists in conferences like this is to call them out and to tell the truth, and the truth now is that these processes are failing. They are failing us here in this room, they are failing our children, they are failing all of humanity and the future generations to come.

82 Por estas razões, optamos por não dedicar um único subtópico para o referido discurso.

Corroborando o excerto acima, Stibbe (2015) reforça que a conscientização, através do uso crítico da linguagem, deve ser direcionada de maneira a pressionar os envolvidos em decisões sociopolíticas. Como defendido pela APD, os discursos críticos emergem como uma ferramenta de afrontamento e ressignificação de discursos destrutivos.

If those responsible for using destructive discourses are unwilling to change, then Critical Language Awareness can be directed at putting pressure on them through raising the awareness of key stakeholders such as customers or voters (Stibbe, 2015, p. 29).⁸³

Assim, embora bastante curto, o último discurso de GT mantém a formação discursiva que perpassa os outros dois, ou seja, o ativismo pela mudança e por ações que garantam a sobrevivência do planeta e das próximas gerações, tal como a pressão aos decisores políticos e econômicos.

No que diz respeito aos domínios semânticos prevalentes neste discurso, podemos destacar *Ativismo político da juventude* e *Confronto político*. Nesses domínios, alguns dos frames que confirmam esta associação podem ser causar_impacto, cenário_tentar_e_resolver, confrontar_problema, conjunto_de_entidades-inrelacionadas, convencer, fazer_conexão_cognitiva, preocupar-se, processo_continuar, ser_afetado, ser_necessário, situação_como_estímulo_por_outros_tentar_meios, Tentar_persuadir, transmitir_importância.

Desta forma finalizamos esta etapa de análise de alguns excertos dos três discursos de GT, os quais desencadearam um aumento significativo do ciberativismo da juventude a partir de 2019. Consideramos estes discursos relevantes para nossa pesquisa, uma vez que impulsionaram fortemente o movimento *Fridays for Future* e as greves estudantis pelo clima (que se iniciaram em 2018, mas ganharam mais adeptos e notoriedade a partir de 2019), assim como o engajamento do público jovem nas redes sociais, que é nosso principal objeto de estudo.

83 Se os responsáveis pelo uso de discursos destrutivos não estão dispostos a mudar, então a Consciência Crítica da Linguagem pode ser direcionada para os pressionar, através da sensibilização das principais partes interessadas, como clientes ou eleitores (tradução nossa).

Reconhecemos que a ativista, embora muito criticada pelos negacionistas, tem ganhado notoriedade mundial no que diz respeito ao ativismo por mudanças, polarização e confronto político em torno da EC. A sua tenra idade, aliada ao seu estilo de discurso provocativo e acusatório, têm mobilizado as gerações mais jovens para a causa climática, através da forte utilização das primeiras pessoas EU e NÓS, criando um forte vínculo ideológico entre aqueles que se comprometem com a causa. No lado oposto, está o ‘outro grupo’, VOCÊS, ELES (os mais velhos, os poderosos, os decisores políticos), que provavelmente não sofrerão os efeitos das alterações climáticas, os quais se tornaram alvo de suas críticas.

Podemos afirmar que as ações e os discursos de GT desencadearam um novo olhar diante do ativismo climático, que antes de 2019 não possuía grande força entre os jovens e não havia ainda ganho notoriedade em redes sociais. Assim como defendido em APD, muitas das estratégias utilizadas pela ativista promovem a reavaliação dos discursos destrutivos até então predominantes visando à ressignificação destes em prol de discursos construtivos, que promovam esperança através do ativismo pela mudança de paradigmas identitários e ideológicos.

Dentre estas estratégias discursivas, Martin (2004, p. 192) destaca a interação entre afeto, julgamento e crítica, partindo das relações éticas ou até mesmo de culpa (no contexto desta tese, os decisores políticos e sua negligência seriam o alvo desta culpa) para outras formas de avaliação e percepção, como “o que temos em comum” e “parceria entre os mais afetados” (tradução nossa). O autor, assim como GT, sugere um movimento que parte da emoção e sentimentos como resposta humana básica à ética – nossa maneira de lidar com problemáticas como degradação, iniquidade, racismo, ignorância, preconceito, entre outros.

Por conseguinte, ao avaliarmos os discursos de GT a partir da ACD, da APD e da LC, não podemos deixar de lado aspectos como empatia e persuasão, baseados nas ideias de valores compartilhados, e como esta semiose é alinhada através de mecanismos retóricos, formando então comunidades em torno de atitudes: “dizemos como nos sentimos, na

expectativa de que as pessoas irão criar empatia, alinhando-se aos nossos próprios sentimentos” (Martin, 2004, p. 188, tradução nossa).

Por fim, tais pressupostos dialogam com a ideia de identidade defendida por Giddens (1991 *apud* Stibbe, 2015, p.106). As narrativas construídas por GT revelam o projeto de identidade própria “constituída pela ordenação reflexiva de autonarrativas” (tradução nossa). Assim, as narrativas constituídas pelo ativismo de GT definem ‘quem ela é’ ou como ela é percebida socialmente como sujeito que integra vários outros discursos em torno de uma mesma problemática: a crise climática. Para Stibbe (*op. cit.*), é para estas narrativas, que agreguem mudanças socioculturais a práticas benéficas ao meio ambiente, que nos devemos direcionar.

Síntese

No capítulo 8, quando partimos para a análise qualitativa, fizemos uma análise crítica dos discursos da ativista Greta Thunberg, especialmente daqueles proferidos durante o *United Nations Summit* (2019), na *COP25* (2019) e na *COP28* (2023). Exploramos algumas das estratégias retóricas usadas por GT, como a polarização entre o NÓS (juventude e vítimas das mudanças climáticas) e VOCÊS (políticos e potências econômicas).

Também mostramos alguns dos frames e domínios semânticos que se sobressaíram nos 03 discursos, ratificando a mensagem de confronto contra a inércia política diante da crise climática, assim como a união e a agregação de mais indivíduos pela causa climática. Vale a pena destacar que estes discursos, principalmente os dois primeiros, influenciaram o movimento *Fridays for Future*, que passou a ganhar notoriedade mundial a partir do ano 2019.

No discurso do *United Nations Summit*, destaca-se o tom acusatório e confrontativo, evidenciado em frases de impacto como "How dare you?" e "We will be watching you." O referido discurso enfatiza mais fortemente o aspecto polarizador entre os jovens e as populações mais vulneráveis contra os líderes mundiais e suas políticas econômicas negligentes quanto ao aquecimento

global. Também percebemos uma retórica visando empatia e engajamento, quando GT alterna suas falas entre apelos emocionais e dados científicos.

No que diz respeito ao discurso da COP25, este mantém uma abordagem mais centrada em dados científicos e apela à responsabilidade dos mais ricos e poderosos, destacando a necessidade de ação coletiva para enfrentar a emergência climática. Já na COP28, GT apresenta um discurso mais conciso e menos detalhado, retomando os temas dos discursos anteriores sem apresentar argumentos tão marcantes como nos dois primeiros.

Os 03 discursos de Thunberg foram também analisados à luz de alguns frames e atos de fala que mais refletem as ideias defendidas, além dos domínios semânticos mais evidentes, como *Confronto político*, *Fatos científicos e Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo*, relacionando-os ao ciberativismo juvenil e incentivando discursos de mobilização social.

Capítulo 9 – As hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*): frames relacionados e o mapeamento de metáforas conceituais

Dando prosseguimento à nossa análise qualitativa, neste tópico avançaremos para o mapeamento cognitivo das hashtags *#uprootthesystem* / *#descolonizeosistema* e *#greenwashing* / *#lavagemverde* como expressões metafóricas, relacionando-as aos frames mais comuns encontrados, para então chegarmos a possíveis metáforas conceituais subjacentes ao discurso ativista dos jovens sobre a EC. Para tanto, seguiremos a proposta do Pragglejaz Group (2007), contrastando o sentido literal (mais concreto, dicionarizado), com o sentido contextual (mais abstrato).

Ainda na senda de Charteris-Black (2014), também foi preciso considerar e contrastar as expressões em termos de sistemas locais (no caso, seu uso no Instagram como hashtags de ativismo climático) e sistemas globais (sua interpretação mais ampla, como construtos sociais globalmente marcados). Destacamos que as traduções/adaptações dos dicionários constaram apenas com o sentido mais básico dos verbos, não levando em conta expressões ou verbos compostos, assim como a transitividade verbal e exemplos, para fins de estreitamento do *corpus* estudado.

Uma vez que ambas as expressões *Uproot the system* e *greenwashing* originaram-se em língua inglesa, o mapeamento partiu de alguns dicionários renomados desta língua.

9.1 *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*): frames e metáforas conceituais

As tabelas a seguir mostram o mapeamento da primeira expressão, *Uproot the system*:

Tabela 12 – Sentido literal do verbo *uproot*

Dicionário	Significado de <i>uproot</i>
Cambridge	- to pull a plant including its roots out of the ground; - to remove a person from their home or usual environment.
Oxford	- to pull a tree, plant, etc. out of the ground; - to leave a place where you have lived for a long time; - to uproot yourself/uproot somebody.
Merriam-webster	- to remove as if by pulling up; - to pull up by the roots; - to displace from a country or traditional habitat.
Macmillan	- to leave the place where you live and go to live somewhere else, especially when you do not want to leave, or to make someone do this; - to pull a whole tree or plant from the ground, including all the roots that grow in the soil.
Collins	- if you uproot yourself or if you are uprooted, you leave, or are made to leave, a place where you have lived for a long time; - if someone uproots a tree or plant, or if the wind uproots it, it is pulled out of the ground.

Tabela 13 – Sentido literal do verbo *arrancar* «pelas raízes»” (traduzido e adaptado)

Dicionário	Significado de <i>arrancar</i>
Cambridge	- arrancar uma planta, incluindo suas raízes, do solo; - retirar uma pessoa de sua casa ou seu meio habitual.
Oxford	- arrancar uma árvore, planta, etc. do solo; - deixar um lugar onde você mora há muito tempo; - desenraizar-se a si mesmo/desenraizar alguém.
Merriam-webster	- remover algo como se estivesse puxando para cima; - arrancar pelas raízes; - deslocar-se de um país ou habitação tradicional.
Macmillan	- deixar o lugar onde você vive e ir viver em outro lugar, principalmente quando você não quer deixar o lugar, ou obrigar alguém a fazê-lo; - arrancar uma árvore ou planta inteira do solo, inclusive todas as raízes.
Collins	- se você se desenraíza ou se é desenraizado, você deixa, ou é obrigado a deixar um lugar onde viveu por muito tempo; - se alguém arranca uma árvore ou planta, ou se o vento a arranca, ela é arrancada do solo.

Na tabela a seguir, mapeamos *sistema* enquanto UL e frame, assim como algumas ULs relacionadas aos seus significados. Utilizamos a FrameNet e os dicionários abaixo como ferramentas de busca.

Tabela 14 – Mapeamento da UL e do frame *sistema*⁸⁴

Definições (FrameNet e Dicionários)	FrameNet	Um complexo com uma função particular é formado de Entidades componentes. (...) Frame herdado de: Conjunto_de_entidades_interrelacionadas.
	Michaelis	<ul style="list-style-type: none"> - Conjunto de metódico de princípios independentes, sobre os quais se estabelece uma doutrina, uma crença ou uma teoria; - Inter-relação de unidades, partes etc., responsáveis pelo funcionamento de uma estrutura organizada; - Complexo de instituições relacionadas com dado setor de atividades; - Conjunto de aspectos morais, políticos ou econômicos de uma sociedade.
	Priberam	<ul style="list-style-type: none"> - Conjunto de princípios verdadeiros ou falsos reunidos de modo que formem um corpo de doutrina; - Modo de organização (ex.: <i>sistema capitalista</i>); - Modo de governo, de administração, de rotação.
	Léxico	- Conjunto organizado de ideias: um sistema político; um sistema filosófico.
	Infopédia	<ul style="list-style-type: none"> - Conjunto de princípios ou ideias, solidamente relacionados entre si, que constituem uma teoria ou um corpo de doutrina; - Forma de governo; - Conjunto de partes dependentes umas das outras; - Plano; - Conjunto de leis ou princípios que regulam certa ordem de fenómenos.
	Dicionário inFormal	<ul style="list-style-type: none"> - Conjunto de elementos, entre os quais haja alguma relação; - Disposição das partes ou dos elementos de um todo, coordenados entre si, e que formam estrutura organizada.
ULs relacionadas	Conjunto, capitalismo, governo, administração, cápsula, princípios, esquema, estrutura, dinheiro, cascata, doutrina, complexidade, relações de poder, venda, compra, monopólio, controle econômico, dependência, consumo, ganância, trabalho, lucro, meios de produção, acumulação, propriedade privada, concorrência, mercado, organização social, desigualdade, política, riqueza, pobreza, patrimônio, privilégio de classe, exploração, sobrevivência, tecnologia, bens materiais, capital, ganho, perda, despesa, receita, benefício, dano, desumanidade, entre outros.	

Fonte: Ribeiro, 2022, adaptado.

84 Devido ao grande número de significados atribuídos nos dicionários, optamos por aqueles que condizem ao Sistema Capitalista, ou seja, o domínio-alvo da expressão estudada.

Ao contrastar os sentidos literais (mais concretos) encontrados nos referidos dicionários com os sentidos contextuais (mais abstratos), considerando a fórmula DOMÍNIO-ALVO É DOMÍNIO-FONTE, ou vice-versa, propomos algumas metáforas conceituais que corroboram novos significados para a expressão *Uproot the System* no contexto do ativismo climático:

- ✓ O SISTEMA CAPITALISTA É UMA ÁRVORE/PLANTA QUE PRECISA SER DESENRAIZADA;
- ✓ O SISTEMA É A ÁRVORE/PLANTA QUE PRECISA SER REMOVIDA;
- ✓ O SISTEMA CAPITALISTA É UM LUGAR QUE PRECISA SER ABANDONADO.

Vale a pena ressaltar que a discussão em torno da expressão *Uproot the system* e as MCs propostas acima nos remeteram ao postulado por Stibbe (2015), que também evoca a ideia de natureza e ecossistema como “lar”, “moradia”. Nos chama a atenção que o autor utiliza a expressão “a sense of rootedness” ao criticar o sistema capitalista e suas “promessas de consumo” que não preenchem as necessidades humanas de compartilhamento e dependência dos sistemas naturais e cuidados com outras espécies e com o meio ambiente.

Ou seja, muito antes da expressão *Uproot the system* ganhar espaço no ativismo digital, o substantivo derivado *rootedness* já havia sido utilizada pelo ecolinguista no sentido de ligação, conexão com a natureza e com o meio ambiente do qual somos parte integrante e co-dependentes. Ou seja, ao comparar a expressão/hashtag mapeada com os pressupostos defendidos por Stibbe (*op. cit.*), entende-se que o verbo *uproot* (desenraizar, abandonar) deve ser aplicado ao Sistema Capitalista, e não aos indivíduos ou aos ecossistemas. Não são os seres humanos e os ecossistemas que precisam ser desenraizados, abandonados, mas sim o sistema que tem ameaçado sua sobrevivência.

Much environmental, ecological and nature writing focuses on ‘place’ and ‘dwelling’ – a sense of rootedness in local community and environment. There are many reasons for this – the wellbeing gained from time spent in local nature as an alternative to the empty promises of consumerism; the building of local communities which can fulfil their needs in ecologically beneficial ways such as sharing; the direct understanding of natural systems that can be gained through close observation and attention to the living world around us; the kindling of care for other species and the environment (Stibbe, 2015, p. 161).⁸⁵

Em suma, a expressão *Uproot the system* consiste em um ato de fala diretivo, tendo em vista que pretende levar seu interlocutor a repensar o sistema do qual faz parte, considerando seus aspectos organizacionais, estruturais, políticos, ideológicos, doutrinas, crenças e modos de governo, assim como explicitado nos dicionários consultados. A partir deste repensar, da crítica a este modelo social, espera-se o efeito perlocutório de ruptura, para que os ecossistemas que sustentam a vida humana sejam mantidos e recuperados, e os efeitos do aquecimento global mitigados.

Abaixo temos um post retirado da página da ativista GT, como exemplo de uso da expressão no Instagram, com o apoio também do modo imagético do gênero ‘cartaz’ para a construção de sentido. No cartaz, as raízes aparecem maiores do que a árvore; ou seja, por MCs como O SISTEMA É A ÁRVORE QUE PRECISA SER DESENRAIZADA ou O SISTEMA É A ÁRVORE QUE PRECISA SER REMOVIDA, inferimos que o sistema está demasiadamente enraizado, arraigado, consolidado.

Portanto, a representação das raízes maiores do que a árvore implica que remover esta árvore, metaforicamente, ou repensar e desconstruir o sistema capitalista e seus modos de produção e relações destrutivas ao meio ambiente é uma tarefa bastante difícil, já que suas raízes são representadas como profundas e maiores do que a árvore em si.

Esta forma de interpretar a imagem corrobora com os discursos acima analisados, quando a ativista apela, nos três discursos, para a conscientização

85 Muitos textos sobre ambiente, ecologia e natureza centram-se em ‘lugar’ e ‘moradia’ – um sentido de enraizamento na comunidade local e no ambiente. Há muitas razões para isto – o bem-estar obtido com o tempo passado na natureza local como alternativa às promessas vazias do consumismo; a construção de comunidades locais que possam satisfazer suas necessidades de formas ecologicamente benéficas, como a partilha; a compreensão direta dos sistemas naturais que pode ser obtida através da observação atenta e da atenção ao mundo vivo que nos rodeia; o despertar do cuidado com outras espécies e com o meio ambiente (tradução nossa).

e união dos povos prejudicados pelo aquecimento global. Ou seja, para remover raízes tão grandes e fundadas é preciso, primeiramente, conhecimento dos dados cientificamente legitimados e conscientização, conjuntamente à união, militância e ações mitigadoras.

Para tal, como já defendido, a interpretação dos frames e discursos sobre as questões climáticas e socioambientais é de crucial importância, para que os cidadãos, pela junção de suas forças, no sentido metafórico, possam “remover esta árvore”, ressignificar, modificar um sistema que vem causando a destruição dos recursos naturais e levando o planeta ao colapso climático emergente.

Figura 3 – Foto de Greta Thunberg divulgando a expressão *Uproot the System*, pelo modo imagético (cartaz)



Fonte: Página do Instagram da ativista Greta Thunberg. Acesso em: jul./2024.

. Partindo para a análise da expressão/hashtag adaptada para o português, *Descolonize o sistema*, buscamos os seguintes dicionários online para o mapeamento do verbo *descolonizar*.

Tabela 15 – Sentido literal do verbo *descolonizar* (adaptado)

Dicionário	Significado de <i>descolonizar</i>
Michaelis	- conceder independência a uma colônia; - retirar da condição de colônia.

Priberam	- pôr fim ao regime colonial de um país.
Léxico	- remover uma colônia fixada num certo território desse mesmo local; - atribuir independência política a um território colonizado; - fazer com que seja independente.
Infopédia	- retirar de um determinado território a colônia aí instalada; - conceder a autonomia política a uma colônia; - tornar independente; - suprimir o caráter colonialista de.
Dicionário inFormal	- deixar de colonizar.

Considerando a mesma estratégia de mapeamento, entendemos ‘descolonizar’ como um ato diretivo para que os países do norte global, e/ou os países que mais exploram os recursos naturais de continentes como a África e a América do Sul, cujos países mais pobres são os mais vulneráveis às consequências do aquecimento global, deixem de explorá-los ou reduzam imediatamente a emissão de poluentes (como acentuado nos discursos de GT acima analisados e os dados do *IPCC* mostrados).

Portanto, pela expressão *Descolonize o sistema* inferimos algumas metáforas conceituais:

- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É JUSTIÇA CLIMÁTICA;
- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É MUDANÇA HISTÓRICA (NA RELAÇÃO COLONIZADOR *versus* COLONIZADO);
- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É EQUIDADE DE RECURSOS AOS PAÍSES DO MAPA;
- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É REPARAÇÃO HISTÓRICA;
- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É REESTRURAÇÃO DOS MEIOS DE PRODUÇÃO E CONSUMO CAPITALISTAS;
- ✓ DESCOLONIZAR O SISTEMA É LUTA POR AUTONOMIA E SOBREVIVÊNCIA DOS POVOS MAIS AFETADOS PELA CRISE CLIMÁTICA.

A partir destas MCs, entende-se o ato de *descolonizar* como libertar os países do MAPA (*Most affected peoples and areas*) da exploração histórica e

reparar os danos causados a estes povos, o que consiste em outro ponto interseccional da crise: a justiça climática. Como já pontuado, os países mais pobres respondem por apenas um décimo das emissões de gases de efeito estufa; todavia, são os mais afetados por sua falta de recursos.

No que diz respeito à nossa relação de frames identificados na análise quantitativa, alguns dos mais acentuados pela expressão *uproot the system* e sua adaptação *descolonize o sistema* podem ser notados em: *causar_impacto*; *causar_mudança*; *cenário alternativo preferido*; *cenário de mudança de consciência*; *conjunto de entidades inter-relacionadas*; *emergência*; *questionar*; *redirecionar*; *rising to a challenge*, *ser necessário*; *source_path_goal*; *tentar meios*; *tentar persuadir*.

Finalmente, entendemos que ambas as expressões *Uproot the system* e *Descolonize o sistema* consistem em atos de fala diretivos, ligados principalmente ao domínio semântico *Mudança de sistema / Repensar meios de produção e consumo*.

Os demais domínios semânticos perpassam este último, que é o mais acentuado em nossos *corpora*: ou seja, para que haja o rompimento com o sistema capitalista como único paradigma de modelo de estruturação social, é necessário reconhecer o negacionismo (para não perpetuá-lo), admitir e legitimar os dados apresentados pela comunidade científica, e assentir o ativismo enquanto meio de confronto político, de forma a pressionar tanto os poderes políticos e econômicos, como também a população leiga, a buscarem ações efetivas de mitigação da crise socioclimática.

9.2 #greenwashing (#lavagemverde): frames e metáforas conceituais

A segunda expressão selecionada para mapeamento conceitual, por seu caráter originalmente metafórico, consiste em *greenwashing*, traduzido para português como *lavagem verde*. Assim como em *uproot the system*, adotaremos os mesmos passos para o mapeamento e análise das metáforas conceituais decorrentes da expressão *greenwashing*; portanto, as tabelas

seguintes partem do sentido literal básico do verbo *wash*, desconsiderando expressões, verbos compostos, a transitividade verbal e exemplos:

Tabela 16 – Sentido literal do verbo *wash*

Dicionário	Significado de <i>wash</i>
Cambridge	<ul style="list-style-type: none"> - to clean something using water; - to clean yourself, or a part of yourself, with water and usually soap; - cleaning; - have a wash: to wash your body or part of it; - do a wash: to wash a number of pieces of clothes; - (of water) to push somewhere.
Oxford	<ul style="list-style-type: none"> - to make something/somebody clean using water and usually soap; - to make yourself clean using water and usually soap; - to be able to be washed without losing colour or being damaged; - to flow or carry something/somebody in a particular direction (of water).
Merriam-webster	<ul style="list-style-type: none"> - to cleanse by or as if by the action of liquid (such as water); - to remove (something, such as dirt) by rubbing or drenching with liquid; - to cleanse (fur) by licking or by rubbing with a paw moistened with saliva; - to flush or moisten (a bodily part or injury) with a liquid; - to wet thoroughly: drench; - to overspread with light: suffuse; - to pass a liquid (such as water) over or through especially so as to carry off material from the surface or interior; - to flow along or dash or overflow against; - to move, carry, or deposit by or as if by the force of water in motion; - to subject (something, such as crushed ore) to the action of water to separate valuable material; - to separate (particles) from a substance (such as ore) by agitation with or in water; - to pass through a bath to carry off impurities or soluble components; - to pass (a gas or gaseous mixture) through or over a liquid to purify it especially by removing soluble components; - to cover or daub lightly with or as if with an application of a thin liquid (such as whitewash or varnish); - to depict or paint by a broad sweep of thin color with a brush; - to wash oneself or a part of one's body; - to become worn away by the action of water; - to clean something by rubbing or dipping in water; - to become carried along on water: drift; - to pour, sweep, or flow in a stream or current; - to serve as a cleansing agent; - to undergo laundering; - to undergo testing successfully; - to gain acceptance: inspire belief.
Macmillan	<ul style="list-style-type: none"> - to clean something, usually with soap and water; - to clean a part of your body, usually with soap and water;

	<ul style="list-style-type: none"> - if the sea washes an object somewhere, it carries it there; - [literary] if the sea washes an area of land, it touches it; - [literary] if a feeling washes over or through you, you feel it very strongly and unexpectedly.
Collins	<ul style="list-style-type: none"> - If you wash something, you clean it using water and usually a substance such as soap or detergent; - If you wash or if you wash part of your body, especially your hands and face, you clean part of your body using soap and water; - If a sea or river washes somewhere, it flows there gently. You can also say that something carried by a sea or river washes or is washed somewhere; - If a feeling washes over you, you suddenly feel it very strongly and cannot control it; - If you say that an excuse or idea will not wash, you mean that people will not accept or believe it; - washing is a collection of clothes, sheets, and other things which are waiting to be washed, are being washed, or have just been washed.

Tabela 17 – Sentido literal do verbo *lavar* (traduzido e adaptado)

Dicionário	Significado de <i>lavar</i>
Cambridge	<ul style="list-style-type: none"> - lavar; - lavar-se, banhar-se, ou uma parte do corpo, geralmente com água e sabão; - limpar; limpar-se; - limpar-se: lavar seu corpo ou parte dele; - fazer uma lavagem: lavar roupas; - ser levado a; ser levado de (com água).
Oxford	<ul style="list-style-type: none"> - limpar algo/alguém com água e geralmente sabão; - limpar-se usando água e geralmente sabão; - ser limpo/lavado sem perder a cor ou ficar danificado; - levar ou carregar algo/alguém em uma direção específica (com água).
Merriam-webster	<ul style="list-style-type: none"> - limpar por ou pela ação de um líquido (como a água); - remover (algo, como sujeira) esfregando ou encharcando com líquido; - limpar (a pele) lambendo ou esfregando com uma pata umedecida em saliva; - lavar ou umedecer (uma parte corporal ou lesão) com um líquido; - molhar bem: encharcar; - espalhar luz: impregnar; - passar um líquido (como água) especialmente para remover material da superfície ou do interior; - fluir ou correr ou transbordar contra algo; - mover, transportar ou depositar pela força da água em movimento; - submeter (algo, como minério britado) à ação da água para separar algum material valioso; - separar (partículas) de uma substância (como minério) por agitação com ou em água; - passar por um banho para retirar impurezas ou componentes solúveis; - passar (um gás ou mistura gasosa) através ou sobre um líquido para purificá-lo, especialmente removendo componentes solúveis; - cobrir ou pintar levemente pela aplicação de um líquido fino (como cal

	<p>ou verniz);</p> <ul style="list-style-type: none"> - representar ou pintar com uma ampla varredura de cores finas com um pincel; - lavar-se ou lavar parte do corpo. - desgastar-se pela ação da água; - limpar algo esfregando ou mergulhando em água; - ser levado pela água: ficar/estar à deriva; - derramar, varrer ou fluir em um riacho ou corrente; - servir como agente / produto de limpeza; - passar por lavagem; - passar por testes com sucesso; - ganhar aceitação: inspirar crença.
Macmillan	<ul style="list-style-type: none"> - limpar algo, geralmente com água e sabão; - limpar uma parte do corpo, geralmente com água e sabão; - se o mar 'lava' um objeto para algum lugar, ele o carrega para lá; - [literário] se o mar 'lava' uma área de terra, ele a toca; - [literário] 'tomar conta de'; 'atravessar': se um sentimento toma conta de você ou te atravessa, você o sente de forma muito forte e inesperada.
Collins	<ul style="list-style-type: none"> - se você lava alguma coisa, você limpa com água e geralmente uma substância como sabão ou detergente; - se você lava ou lava parte do corpo, principalmente mãos e rosto, você limpa parte do corpo com água e sabão; - se o mar ou um rio desagua em algum lugar, ele flui suavemente. Você também pode dizer que algo carregado pelo mar ou rio leva algo / alguém ou é lavado a algum lugar; - se um sentimento toma conta de você, de repente você o sente com muita força e não consegue controlá-lo; - se você diz que uma desculpa ou ideia não vão funcionar, você quer dizer que as pessoas não vão aceitar ou acreditar nelas; - lavagem é um conjunto de roupas, lençóis e outras coisas que estão esperando para serem lavadas, estão sendo lavadas ou acabaram de ser lavadas.

Após buscarmos nos referidos dicionários os significados literais do verbo *wash*, tendo em vista que a expressão original aparece em língua inglesa, partimos para o mapeamento do verbo *lavar*, em português, para fins de complementação do sentido literal.

Embora saibamos que ambas as expressões, tanto em língua portuguesa quanto em língua inglesa, consistem em nomes ('washing' e 'lavagem'), para os referidos mapeamentos optamos por partir dos verbos, pelos seguintes critérios: primeiramente, para mantermos a coerência na adoção de critério de análise, apoiando-se no mesmo critério de mapeamento da primeira expressão, *uproot the system*; em seguida, por considerarmos que os significados literais verbais poderiam nos fornecer maior riqueza de dados

para a interpretação contextual das expressões; finalmente, por ser ‘lavagem’ um substantivo derivado do verbo ‘lavar’.

Tabela 18 – Sentido literal do substantivo *lavagem* (adaptado)

Dicionário	Significado de <i>lavagem</i>
Michaelis	<ul style="list-style-type: none"> - limpar banhando; eliminar (impurezas) com água ou detergente líquido; assear, higienizar; - banhar-se (em água); tomar banho; - trabalhar como lavadeira; fazer serviço(s) de lavadeira para outra(s) pessoa(s), família(s) etc.; - irrigar (órgãos do corpo) para remover substâncias nocivas ou corpos estranhos; - dissolver (cores) em água, para purificar e temperar, diluindo os pigmentos; - aplicar uma camada fina e transparente de tinta sobre um desenho ou uma pintura; - vingar (afronta, injúria); desafrontar, desferrar, reparar; - tornar(-se) puro de manchas morais; depurar(-se), limpar(-se), purificar(-se); - correr ou passar junto de; banhar, passar, regar.
Priberam	<ul style="list-style-type: none"> - proceder à lavagem de; - [figurado] purificar; - passar por; - enxugar; - proceder ao asseio do corpo; - [figurado] justificar-se; reabilitar-se.
Léxico	<ul style="list-style-type: none"> - limpar com água e outro produto: lavar os cabelos; lavar a roupa.
Infopédia	<ul style="list-style-type: none"> - tirar, com a ajuda de um líquido, as impurezas de; - limpar (algo), esfregando com água ou outro líquido; - separar, pela água, as impurezas de um minério; - banhar; regar; - [figurado] purificar; - [figurado] reparar os males causados por ofensa ou injúria; - [figurado] inocentar; reabilitar; ilibar; - [figurado] tornar legal (fundos de origem fraudulenta ou ilícita); branquear; - [pintura] diluir tinta colorida em água, para a aclarar; - fazer a limpeza do próprio corpo ou de uma parte do corpo, usando água e produtos próprios; - tomar banho.
Dicionário inFormal	<ul style="list-style-type: none"> - ato de limpar com água ou com uma substância química; - limpar.

O nome *greenwashing*, traduzido para o português como *lavagem verde*, refere-se à prática de empresas que afirmam ser ambientalmente corretas ou ecologicamente responsáveis por meio de produtos ou projetos, mas, na realidade, não possuem provas ou auditorias que sustentem essas alegações.

O termo, cunhado originalmente por Jay Westerveld em 1986, surgiu quando o ambientalista norte-americano criticou a estratégia de hotéis que incentivavam a reutilização de toalhas como uma medida ambiental, sem praticarem outras ações sustentáveis; a ironia consiste justamente no fato de que, ao mesmo tempo em que o hotel alegava estar preocupado com a economia de água, na verdade o que ocorria era que lavar menos toalhas economizava dinheiro corporativo.

Westerveld considerou o movimento 'economize a toalha' irônico, "porque os hotéis desperdiçam recursos de muitas maneiras diferentes – e não lavar tantas roupas de cama economiza dinheiro para a empresa" (Montavalli, 2011, tradução nossa). O jornalista, destacando essa manobra publicitária, irônica por sua própria contradição, descreve a origem do termo muito detalhadamente:

At some point in the mid-1980s, a pony-tailed upstate New York environmental activist named Jay Westerveld picked up a card in a South Pacific hotel room and read the following: "Save Our Planet: Every day, millions of gallons of water are used to wash towels that have only been used once. You make the choice: A towel on the rack means, 'I will use again.' A towel on the floor means, 'Please replace.' Thank your for helping us conserve the Earth's vital resources." The card was decorated with the three green arrows that make up the recycling symbol (Montavalli, 2011, s/p.).⁸⁶

Tal estratégia de marketing surgiu como uma prática em que empresas ou organizações divulgam informações enganosas ou exageradas sobre seus esforços ambientais para parecerem mais sustentáveis e ecológicas do que realmente são, confundindo os consumidores e apresentando informações e

86 [...] em meados da década de 1980, um ativista ambiental do norte do estado de Nova York, com rabo-de-cavalo, chamado Jay Westerveld, pegou um cartão em um quarto de hotel no Pacífico Sul e leu o seguinte: "Salve nosso planeta: todos os dias, milhões de galões de água são usados para lavar toalhas que foram usadas apenas uma vez. Você faz a escolha: a toalha no corredor significa: 'Vou usar de novo'. A toalha no chão significa: 'Por favor, substitua'. Obrigado por nos ajudar a conservar os recursos vitais da Terra." O cartão foi decorado com as três setas verdes que compõem o símbolo da reciclagem (tradução nossa).

posturas falsas de empresas que se auto denominam ‘amigas do meio ambiente’. O termo consiste na mesclagem do adjetivo *green* (*verde*, associado à ecologia) e do nome *whitewashing* (*maquiagem, camuflagem, cobertura, branqueamento*, entre outros).

De acordo com Netto et al. (2020, p. 2), devido à crise climática, na última década tem se colocado muita pressão nas empresas acerca de sua responsabilidade ambiental, com o intuito de produzir cada vez mais ‘produtos ecológicos’ e ‘sustentáveis’. Por esta razão, os autores destacam o desenvolvimento sustentável como aquele “que atenda às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades” (*op. cit.*, tradução nossa); assim, o mundo corporativo passou a desenvolver estratégias de marketing visando convencer e manipular os consumidores no que diz respeito à sustentabilidade e à responsabilidade social.

No caso de *greenwashing*, diferentemente de iniciar o mapeamento a partir de um domínio-alvo, como em *uproot the system*, partimos para a busca do termo *per se* em trabalhos acadêmicos para que após a discussão, com o suporte teórico, possamos inferir algumas MCs veiculadas ao termo no contexto do ativismo climático. Primeiramente, Netto et al. (*op. cit.*, p. 2) nos traz as seguintes definições (tradução e adaptação nossa):

Prática de promoção de programas ‘amigos do ambiente’ para desviar a atenção das atividades ambientalmente prejudiciais ou menos aceitáveis de uma organização (*Webster’s New Millennium Dictionary of English*).

Desinformação divulgada por uma organização para apresentar uma imagem pública ambientalmente responsável; uma imagem pública de responsabilidade ambiental promulgada por ou para uma organização, etc., mas percebida como infundada ou intencionalmente enganosa (*Concise Oxford English Dictionary*).

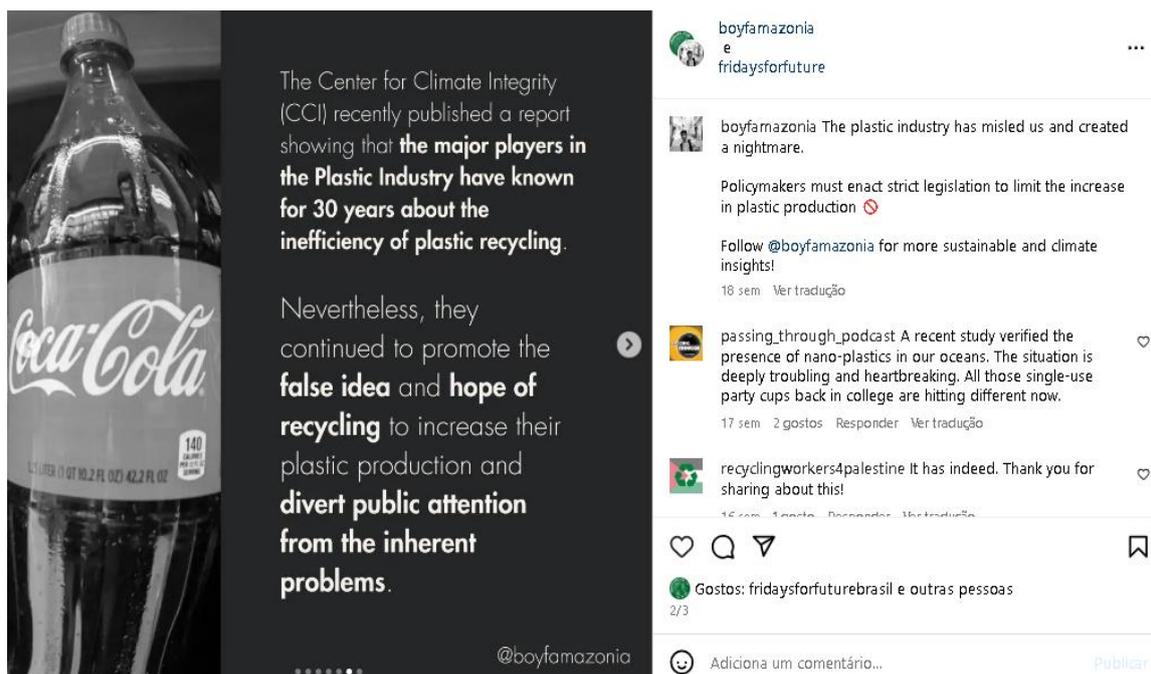
(...) ato de enganar os consumidores em relação às práticas ambientais de uma empresa ou ao desempenho ambiental e à comunicação positiva sobre o desempenho ambiental (TerraChoice).

Outros autores definiram o fenômeno como “a intersecção de dois comportamentos da empresa: mau desempenho ambiental e comunicação positiva sobre o desempenho ambiental” (Delmas; Burbano, 2011, p. 67,

tradução nossa); “o ato de disseminar desinformação aos consumidores sobre as práticas ambientais de uma empresa ou os benefícios ambientais de um produto ou serviço” (Baum, 2012, p. 424, tradução nossa); “comunicação que engana as pessoas em relação ao desempenho/benefícios ambientais, divulgando informações negativas e disseminando informações positivas sobre uma organização, serviço ou produto” (Tateishi, 2017, p. 3, tradução nossa).

Ainda conforme Stibbe (2015, p. 27), a prática da lavagem verde se dá quando propagandas publicitárias são feitas com o propósito de distrair o consumidor “daquilo que nos é gratuito e contribui para nosso bem-estar”, nos direcionando, em contrapartida, à compra de produtos e bens desnecessários e prejudiciais ao meio ambiente.

Figura 4 – Post de ativismo sobre o processo de *greenwashing*



Fonte: Instagram – *Fridays for Future* e *Boyfamazonia*. Acesso em: jul. 2024.

O exemplo dado mostra como o processo de *greenwashing* ocorre em mídias sociais: no caso, o post visa informar sobre o conhecimento da grande corporação sobre a ainda insuficiente reciclagem do plástico; todavia promove a falsa ideia de que a reciclagem seria a solução para a mitigação do problema,

sem contudo reduzir sua própria produção deste material e admitir sua responsabilidade pela emissão de mais plástico na natureza.

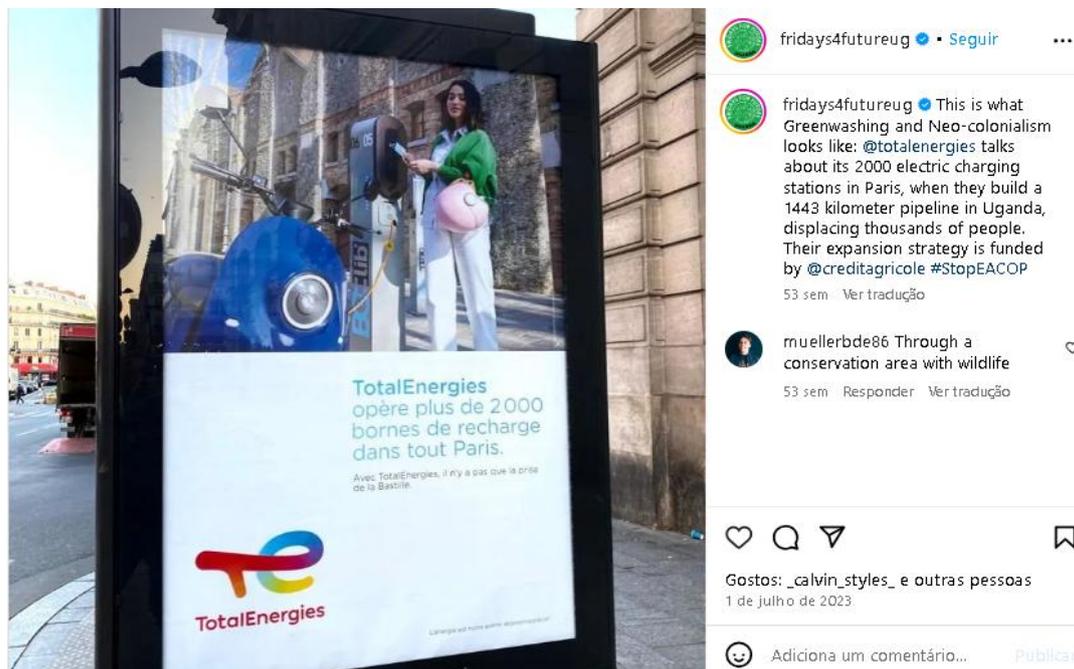
No tocante ao processo de framing da expressão *greenwashing*, Stibbe (2015) explica que, como em qualquer processo de enquadramento, uma palavra-gatilho é usada para descrever uma determinada área, aspecto, situação, conceito ou circunstância da vida: é a transferência cognitiva de uma dada narrativa para outra.

Todavia, nos perguntamos: qual a relação desta definição com a lavagem verde? O autor esclarece esta questão a partir de um exemplo apresentado por Blackmore & Holmes (2013, p. 15). Os pesquisadores examinaram o conteúdo on-line de instituições de caridade e descobriram que, através de termos como ‘compra’, ‘desconto’ e ‘cliente’, a proteção da natureza foi enquadrada em um ‘frame transacional’.

Ou seja, é difundido aos consumidores que podemos ‘salvar a natureza’ ao comprar produtos ‘ecológicos’ e obter descontos, como ‘clientes valiosos’, colocando os recursos naturais no mesmo nível de bens de consumo. “O frame transacional apresentava as organizações conservacionistas como um negócio, vendendo um produto através da falsa ideia de conservação” (*ibid.*, tradução nossa).

A seguir, temos outro exemplo de enquadramento desse tipo de frame, quando a empresa utiliza estratégias de marketing divulgando uma prática aparentemente ecológica com fins de mascarar as consequências de suas práticas socialmente irresponsáveis e negligentes. O post dialoga com a expressão *Descolonize o Sistema*, uma vez que retoma o tópico sobre as consequências humanitárias para os países do Sul global, neste caso, a Uganda, em detrimento do aumento de estações de carregamento de veículos elétricos em Paris, ou seja, um país do Norte, desenvolvido às custas da exploração colonial:

Figura 5 – Exemplo de prática de *greenwashing*



Fonte: Instagram – *Fridays for Future Uganda*. Acesso em: jul. 2024.

Por esta razão, textos e campanhas publicitárias que apelam ao consumismo, aos ‘benefícios econômicos’ e até mesmo ao bem-estar individual como forma de mascarar as reais preocupações ambientais atreladas a hábitos de consumo são fortemente criticados por pesquisadores e ambientalistas.

Em outras palavras, refutam o enquadramento de conservação da natureza como uma transação comercial, uma vez que tal prática reforça os frames egocêntricos e consumistas, implicados na destruição ambiental em prol de uma falsa ‘economia sustentável.’ Destarte, esta forma de comunicação publicitária, a lavagem verde, “em vez disso, torna-nos mais materialistas, menos propensos a agir ambientalmente (como reciclar ou conservar água) e menos motivados para o voluntariado ou para sermos politicamente ativos” (*ibid.*, p. 13, tradução nossa).

Quando Stibbe (2015) trata de discursos destrutivos, afirma que os mais acentuados e talvez mais influenciadores das práticas humanas são aqueles voltados à economia, ao consumismo, à publicidade e à agricultura intensiva. Para o autor, portanto, a forma de lidar com estes discursos é através da resistência. Nesse sentido, a ACD e a APD dialogam, à medida em que

contribuem para o aumento da consciência de que a ideologia veiculada pelos discursos voltados ao consumo são apenas narrativas com efeitos nocivos, o que foi denominado por Fairclough (1992b) como Consciência Crítica da Linguagem.

Nesse sentido, Stibbe (*ibid.*) apresenta como MCs destrutivas veiculadas pela prática de lavagem verde, em contraste com a falsa ideia de ‘economia sustentável’, exemplos como: PURCHASE OF A PRODUCT IS A SHORTCUT TO WELLBEING; PROSPERITY IS GOOD; ECONOMIC GROWTH IS GOOD; PROFIT IS GOOD; RETAIL SALES ARE GOOD.⁸⁷

Tais metáforas são vistas como perigosas, uma vez que apresentam uma simplificação das questões que promovem as mudanças climáticas, a destruição dos recursos naturais dos quais a vida na Terra depende e das injustiças sociais e iniquidades que perpassam toda a crise ambiental. Para o ecolinguista, este modelo de discurso publicitário possui como principal objetivo “persuadir o consumidor a comprar algo que antes não considerava necessário”, sendo assim “um dos discursos mais ecologicamente destrutivos” (*ibid.*, p. 25, tradução nossa).

A construção de MCs como as demonstradas acima recorrem à positividade psicológica que remete à ideia de que a felicidade é constituída pelo consumo, e pelo ‘consumo sustentável’ os indivíduos são manipulados através do apelo à ética; ou seja, “corporações individuais tentam moldar como a personalidade da corporação é percebida” (Stibbe, 2015, p. 77, tradução nossa).

Esse enquadramento é ardiloso pois, pela lavagem verde, o consumidor acredita estar contribuindo para a mitigação dos danos ambientais enquanto, de fato, está promovendo mais lucro às empresas independentemente dos danos à natureza. Ao crer que ‘compras a varejo’, por exemplo, é uma boa prática para a promoção do crescimento econômico, o consumidor está na verdade contribuindo ainda mais para o consumo excessivo, que gera mais poluição e danos ambientais, a exemplo da *fast fashion*.

87 A COMPRA DE UM PRODUTO É UM ATALHO PARA O BEM-ESTAR; A PROSPERIDADE É BOA; O CRESCIMENTO ECONÓMICO É BOM; O LUCRO É BOM; AS VENDAS A VAREJO SÃO BOAS (tradução nossa).

Um caso análogo poderia ser o consumo de carne e derivados de animais que, em muitos países, como no Brasil, é responsável pelo desmatamento de grandes áreas de vegetação para a criação de áreas de pastagem que não são recuperadas, causando um desequilíbrio no clima de diversas regiões.

Outro exemplo notado no cotidiano dos portugueses em muitos bares, restaurantes e concertos é a venda de copos plásticos. Com o argumento de que o consumidor deve reutilizar estes copos, as empresas lucram ainda mais com a venda do produto, e a maioria dos copos acabam por ser descartados, por serem de uso imediato; ou seja, o consumo do plástico permanece, gerando mais lucros às empresas e, a partir de uma falsa retórica de reciclagem, o consumidor é levado a consumir ainda mais um produto prejudicial ao meio ambiente.

Por esta razão, os frames ‘consumo sustentável’ ou ‘produto amigo do meio ambiente’ devem ser criticados, pois não implicam equidade ou responsabilidade ambiental, mas sim estratégias de indução ao consumo desenfreado que favorece a economia em detrimento da manutenção das desigualdades sociais. Para Stibbe (2015, p. 49),

[the] use of a commercial frame for sustainability could be criticised according to the ecosophy since it does not necessarily work towards a reduction in consumption with corresponding redistribution of wealth. After all, businesses are not good at giving people who have no money what they need but, are good at providing the rich with the unnecessary luxuries they desire.⁸⁸

No entanto, há uma outra perspectiva, um pouco mais otimista (ou menos pessimista?) no que diz respeito à lavagem verde. Outra forma de compreendê-la seria como uma estratégia de marketing que visa aliviar o processo de transição energética e de produção por parte de empresas, ou uma forma de evitar uma ruptura radical com os processos mercadológicos, já

88 [a] utilização de um frame comercial para a sustentabilidade poderia ser criticada de acordo com a ecosofia, uma vez que não funciona necessariamente no sentido da redução do consumo com a correspondente redistribuição da riqueza. Afinal, as empresas não são boas em dar às pessoas que não têm dinheiro o que elas precisam, mas são boas em fornecer aos ricos os luxos desnecessários que desejam (tradução nossa).

que a transição para uma economia ‘mais verde’ é mais lenta do que uma transição ideológica e ética.

Nesse sentido, a lavagem verde é criticada por suas práticas predatórias; contudo, também poderia ser vista como uma iniciativa que obrigatoriamente – porém, ainda lentamente – levaria o mercado a um processo real de transição. Em suma, se grandes corporações não reconhecem que precisam abandonar abruptamente sua produção e suas práticas publicitárias degradantes, as mesmas, diante da pressão externa da ciência, de ambientalistas, ativistas e consumidores mais atentos à crise climática, buscam maneiras de forjar a urgente transição energética. Szasz (2011 *apud* Stibbe, 2015, p. 110) corrobora este pressuposto:

While the act of purchasing products labelled ‘ecologically friendly’ may do little in itself to make a difference, [it] is optimistic that the identity forged through ethical consumption could be a ‘politicising experience’ and: stimulate a further deepening of caring, a growing sense of responsibility or sense of stewardship. It may trigger a process through which the person organises a new identity for herself or himself, an identity as someone who really cares about the environment.⁸⁹

Fairclough (2003, p. 9) também respalda este olhar sobre a prática complexa da lavagem verde sob a perspectiva da ACD, quando a denomina como uma nova ideologia: “a afirmação generalizada de que na nova economia global os países devem ser altamente competitivos para sobreviver” (tradução nossa). Ele não chama a ideologia de necessariamente falsa, mas “o produto de uma ordem econômica particular que poderia ser alterada.”

Conforme Stibbe (2015), esse olhar capta a essência de uma nova narrativa ou versão, uma perspectiva não necessariamente falsa, mas de uma possibilidade entre muitas outras; e estas novas narrativas podem ser transmitidas pelo discurso de um determinado grupo.

89 Embora o ato de comprar produtos rotulados ‘ecologicamente corretos’ possa fazer pouca diferença por si só, [é] uma visão otimista que a identidade forjada através do consumo ético possa ser uma ‘experiência politizadora’ e: estimular um maior aprofundamento do cuidado, um crescente senso de responsabilidade ou de administração. Pode desencadear um processo através do qual a pessoa organiza uma nova identidade para si mesma, uma identidade de alguém que realmente se preocupa com o meio ambiente (tradução nossa).

Este ponto de vista mais ‘otimista’ da lavagem verde valida o postulado pela ACD e pela APD no sentido de que propõe uma transição entre os textos e discursos de forma crítica, apontando seus mecanismos de camuflagem e mascaramento, para a crítica transformadora, um novo olhar do consumidor diante desses mecanismos à medida que a crise real lhe é cada vez mais palpável, mais evidente.

Como no exemplo acima mostrado da marca de refrigerante, dificilmente um consumidor assíduo irá de um dia para o outro deixar de consumir o produto; mas, ao passo que os processos de *framing* lhe cheguem de forma a sensibilizá-lo acerca dos problemas ambientais causados pelos mecanismos de produção, o consumidor pode buscar alternativas menos ecologicamente destrutivas, por exemplo, consumir outros produtos, priorizar o uso de embalagens retornáveis ou biodegradáveis, depositar suas embalagens em ecopontos, reutilizar sacolas de pano invés de plástico, entre outras. Sabemos que o processo de transição é lento, mas, para a ACD e a APD, é possível e deve ser provocado.

Vale destacar que ‘lavagem’ já é utilizado metaforicamente na própria expressão de origem: se ‘lavar’ significa ‘remover a sujidade de algo’, ‘assear’, ‘purificar’, ‘ser levado embora’, a expressão por si só já implica metaforicamente a falsa limpeza ou a camuflagem de uma prática que vai de encontro à ética da sustentabilidade. Sendo assim, entende-se que se uma empresa pratica lavagem verde, ela já se autodenuncia como fraudulenta em termos de responsabilidade ambiental.

Isso posto, partindo dos sentidos literais do verbo ‘lavar’ e do nome ‘lavagem’, assim como deste aparato teórico acerca do *greenwashing* ou lavagem verde, inferimos a seguir algumas MCs no contexto de nosso trabalho, ou seja, do ativismo climático, tendo *greenwashing* e lavagem verde como domínios-alvo:

- ✓ GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É LOGRO;
- ✓ GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É DESASTRE AMBIENTAL;

- ✓ GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É FALSA SUSTENTABILIDADE;
- ✓ GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É DISFARCE DE SUSTENTABILIDADE;

Diante destas propostas de MCs, e retomando as suas relações com os domínios semânticos encontrados em nossos corpora, destacamos os seguintes mais evidentes: *Negacionismo* (por parte das empresas que fazem uso desta prática e promovem a alienação dos consumidores), *Ativismo político da juventude* e *Mudança de sistema/Repensar meios de produção e consumo* (por parte dos ativistas que criticam e combatem a prática).

Em termos de atos de fala, retomamos o conceito de ato de fala indireto: poderíamos interpretar o substantivo *greenwashing* e a expressão *lavagem verde* como atos assertivos no contexto das MCs, pois se comprometem com uma ‘verdade’, uma asserção, um fato observável, um ponto de vista do enunciador. Todavia, também podem ser entendidos como atos diretivos indiretos quando aparecem em contextos linguísticos de crítica, incitando os sujeitos a refutarem tal prática e a não consumirem produtos que utilizam esta manobra publicitária.

No caso dos frames mais salientes, exemplificamos: chegar_a_acreditar; cenário_de_mudança_de_consciência; chamar_a_atenção, causar_mudança; convencer; dificultar, circunstâncias_contrárias; conduta, manipulação, finalidade, redirecionar, estar_em_alerta, economia, tentar_persuadir; influência_subjetiva, persuasão, percepção_ativa, modelo_político_econômico, questionar.

Finalizando a análise das duas hashtags/expressões, concluímos que não é possível compreendê-las criticamente a partir de seus sentidos literais apenas; ou seja, é necessária a transposição dos sentidos literais para os metafóricos, tendo em conta seus contextos discursivos de origem, ou seja, o discurso em torno da problemática socioambiental e climática.

No caso da primeira expressão, isso ocorre pela transição do significado básico ou literal dos verbos *uproot* (*desenraizar*) e *descolonizar* para um

sentido metafórico, mais amplo e subjetivo, quando utilizados no contexto do ativismo climático. Tanto *uproot the system* como *descolonize o sistema*, disseminadas no Instagram como hashtags, podem ser classificadas como expressões metafóricas novas, pelo critério de classificação de Charteris-Black (2014), ao suscitar novos conceitos, verdades e ideologias em torno da questão social em foco, instigando os sujeitos a agirem em prol do meio ambiente, caracterizando-se como atos de fala diretivos (Ribeiro, 2015).

No caso do nome *greenwashing* (*lavagem verde*), poderíamos classificá-lo como uma UL de cunho metafórico cristalizada, pois já se encontra há décadas (desde sua origem, em 1986) no sistema conceitual dos sujeitos, marcada nos contextos de discursos ambientais. Apesar de sua tradução e adaptações para o português terem ganhado maior notoriedade nos dias atuais, o termo original em língua inglesa ainda prevalece nos contextos sociolinguísticos de língua portuguesa.

Estas considerações, por fim, corroboram o postulado já defendido por Lakoff (2010) de que novos enquadramentos precisam ser estabelecidos para que se amplie o debate público e acessível sobre questões de relevância social. Os problemas ambientais que se agravam na atualidade possuem, portanto, suas raízes em fatores econômicos diretamente associados ao sistema de produção capitalista, nocivo ao meio ambiente, ao consumo exacerbado e à negligência humana no que diz respeito à exploração de recursos naturais.

Desta forma, o reconhecimento de novas estratégias retóricas, no caso, a disseminação de novas metáforas conceituais que possam chamar a atenção de mais indivíduos para a crise climática global, como também recursos midiáticos em redes sociais de amplo alcance, como as hashtags mostradas, podem contribuir de maneira significativa para sensibilização das novas gerações no que diz respeito a aspectos sociopolíticos que afetam diretamente e indiretamente nossa realidade enquanto sujeitos de um mundo globalizado.

Síntese

No capítulo 9 analisamos e mapeamos cognitivamente as hashtags *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (*#lavagemverde*), como expressões metafóricas no contexto do ativismo climático jovem, a partir das metodologias propostas pelo Pragglejaz Group (2007) e por Charteris-Black (2014).

No que diz respeito à expressão *uproot the system*, entendemos que a mesma incita metáforas conceituais que comparam o sistema capitalista a uma árvore que precisa ser arrancada ou a um lugar que deve ser abandonado, simbolizando a necessidade de uma mudança estrutural profunda do sistema capitalista, cujas raízes fundam-se na degradação do meio ambiente pela primazia da exploração da natureza e do lucro.

A expressão metafórica e as metáforas conceituais inferidas sugerem que o capitalismo está demasiadamente enraizado em nosso sistema conceitual/cognitivo, portanto, ressignificá-lo através de novos modelos mentais ou frames é uma tarefa árdua. Mesmo assim, essa desconstrução, em conjunto à conscientização e à união global, é crucial para a preservação dos ecossistemas e mitigação dos efeitos do aquecimento global.

As hashtags/expressões *#uprootthesystem* e sua adaptação para a língua portuguesa *#descolonizeosistema* são entendidas como atos de fala diretivos que demandam justiça climática e redistribuição de recursos, com foco na reparação histórica para os povos explorados pelos países do norte global. Em suma, ambas as expressões refletem a urgência de reestruturação do modelo capitalista e reconhecem o papel crucial do ativismo como ferramenta de transformação política e social frente à crise climática.

Já a hashtag *#greenwashing*, traduzida para português como *#lavagemverde*, se baseia na combinação dos termos *green* (verde, ecológico) e *whitewashing* (camuflar, encobrir). Este conceito indica o mascaramento das verdadeiras ações corporativas, referindo-se à prática em que empresas alegam adotar ações ambientalmente responsáveis, todavia não as implementam de forma eficaz, ludibriando os consumidores.

Diversos estudiosos afirmam que o *greenwashing* promove a ilusão de sustentabilidade, incentivando a produção e o consumo de ‘produtos sustentáveis’ ou ‘produtos verdes’ como solução para questões ambientais. Entretanto, tal prática não implica necessariamente o abandono da exploração de recursos naturais ou a redução de bens de consumo destrutivos ao meio ambiente, caracterizando-se assim como logro, uma manobra publicitária que visa mascarar os reais problemas ambientais causados pela produção de determinados bens de consumo, como derivados de combustíveis fósseis ou produtos de uso e descarte imediato, por exemplo.

Entretanto, alguns autores sugerem o *greenwashing* como um frame de transição, pois pode contribuir de forma lenta e gradual para uma economia mais sustentável, à medida que os discursos e narrativas sobre a emergência climática ganhem maior alcance e conscientização dos cidadãos comuns. Em ambos os casos, o *greenwashing* deve ser abordado de forma crítica, uma vez que desvia a atenção das verdadeiras soluções para a crise climática.

Capítulo 10 – O ativismo em posts do Instagram sob o viés da análise compósita: a interseccionalidade da crise climática

Considerando a proposta para nossa última etapa de análise qualitativa, pretendemos examinar algumas hashtags em seus contextos de uso, ou seja, em posts retirados das páginas *Fridays for Future Internacional*, *Fridays for Future Brasil* e da página oficial de Greta Thunberg, buscando demonstrar o caráter transdisciplinar e interseccional dos gêneros observados.

Como já explicitado, embora nosso foco de análise não seja modos semióticos e multimodalidade, tais aspectos são intrínsecos ao gênero *post*; portanto, além dos textos e das hashtags, as imagens e fotos também nos ajudarão na interpretação dos enunciados. Assim como nos *corpora* anteriores, buscaremos o diálogo entre os conteúdos transmitidos nos posts com os domínios semânticos e frames predominantes, inferindo também atos de fala e efeitos perlocutórios intentados.

Para a seleção dos posts, pensamos no critério de saliência, defendido por Stibbe (2015, p. 162), como “uma representação linguística ou visual de uma área da vida digna de atenção através de representações concretas, específicas e vívidas” (tradução nossa). Para tanto, optamos por posts cujas hashtags ganharam maior visibilidade enquanto discursos de ativismo climático, trazendo à tona problemáticas interseccionais – algumas já discutidas aqui e outras que vão surgindo à medida que o olhar empírico do pesquisador capta questões atuais relevantes para nosso tema de debate.

10.1 A hashtag *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e suas interseccionalidades

Como ponto de partida, retiramos alguns posts do artigo *Is climate change a war or are we uprooting the system? Framing conceptual metaphors in the climate emergency discourse* (Ribeiro, 2022), publicado na REDIS: Revista de Estudos do Discurso, pela Universidade do Porto. Neste trabalho, especial atenção foi dedicada à hashtag *#uprootthesystem*, amplamente

utilizada em campanhas ambientais de ciberativismo nas páginas do movimento *Fridays for Future*, com o intuito de despertar a consciência pública e pressionar os legisladores a reduzirem as emissões de CO₂, levantando questões interseccionais como (in)justiça climática, o modo de produção e consumo do sistema capitalista, a exploração de ex-colônias, entre outras.

Primeiramente, averiguamos quantitativamente o número de postagens no Instagram contendo a hashtag *#uprootthesystem* e sua adaptação para o português *#descolonizeosistema*, de julho/2021, quando aparece pela primeira vez, até setembro/2023. Durante este período identificamos uma média de 24.216 ocorrências da hashtag *#uprootthesystem* e 1.087 da hashtag *#descolonizeosistema* na rede social de maneira geral.

Os posts escolhidos para análise demonstram uma narrativa crítica, a partir da qual os jovens exigem políticas públicas de reparação de injustiças socioclimáticas, as quais vêm crescendo mundialmente (Ribeiro, 2022). No primeiro exemplo, notamos a hashtag *#UprootTheSystem* seguida ao apelo pela *descolonização* do sul global, neste caso, o Brasil. Como já discutido, *descolonizar*, neste contexto, implica reparação histórica e justiça climática para o combate ao aquecimento global nos países historicamente explorados.

Figura 6 – Foto retirada do movimento Fridays for Future Brasil, na cidade de Mossoró, no estado do Rio Grande do Norte – Instagram, set./2021



Fonte: Ribeiro, 2022, p. 230.

O post mostrado, cuja foto foi tirada de um movimento ocorrido no Brasil, acusa a administração federal de negligenciar o poder público quanto à implementação de políticas contra a degradação ambiental. Os ativistas reivindicam aos decisores políticos que “salvem o seu futuro”, ao reconhecerem que a crise climática torna a desigualdade social ainda mais latente. O cartaz em evidência “Salvem nosso futuro” demonstra claramente um ato de fala diretivo, direcionado aos decisores políticos, visando ao efeito perlocutório *ações políticas socioclimáticas em prol do futuro das novas gerações*.

O próximo post, da página de GT, destaca a quantidade de manifestantes na marcha pelo clima, durante a COP26 em Glasgow. Thunberg reitera os seus discursos conhecidos pela ironia e desafio aos poderes políticos, como: as aspas em “líderes”; a expressão adjetiva “então denominados” (tradução nossa) referindo-se a líderes políticos que deveriam agir de forma mais assertiva, e não apenas proferindo discursos vazios cujo foco assenta no poder econômico e não na justiça climática; e o pronome demonstrativo em maiúscula “ISSO” (THIS), referindo-se à imagem e à mobilização de milhares de manifestantes, destacando seu poder de liderança.

**Figura 7 – Marcha pelo clima, COP26, Glasgow/Reino Unido
Página Oficial da ativista GT, Instagram, nov./2021**



Fonte: Ribeiro, 2022, p. 231.

A legenda em destaque é amparada por co-textos como a imagem de milhares de jovens manifestantes, juntamente à hashtag *#uprootthesystem*, reforçando a estratégia retórica multimodal para fortalecer o poder da militância juvenil, criticando o modelo capitalista de consumo e gestão de energias não renováveis. Além disso, denuncia a negligência dos líderes políticos, que conduziram o planeta a uma crise climática insustentável ao prestarem pouca atenção às consequências dos modelos industriais de produção e consumo.

O enunciado de autoria de GT consiste em um ato de fala assertivo, consistindo em uma afirmação na qual a autora se compromete com a veracidade das informações veiculadas. Neste post, fica muito evidente o domínio semântico *Confronto político*, já que GT faz uso de estratégias como a ironia e letras maiúsculas como forma de afrontar os detentores do poder político, assim como acusá-los de “misleading”, ou seja, de má condução da crise climática.

Nesse contexto, vale também destacar o conceito de *re-minding*, apontado por Stibbe (2015, p.162, tradução nossa) como “chamar (...) a atenção para o apagamento de uma área importante da vida num determinado texto ou discurso e exigir que isso seja levado novamente em consideração.”

Assim como ressaltado nos movimentos ativistas climáticos – e em tantas outras mídias de massa – o processo de apagamento dos mais vulneráveis é uma realidade (Stibbe, *op. cit.*) da qual os países e corporações mais poluidoras, responsáveis pelas maiores tragédias climáticas, tentam esquivar-se. Portanto, o renomado ecolinguista corrobora a crítica da juventude militante quanto aos incontestáveis e destrutivos impactos sofridos pelas populações mais vulneráveis.

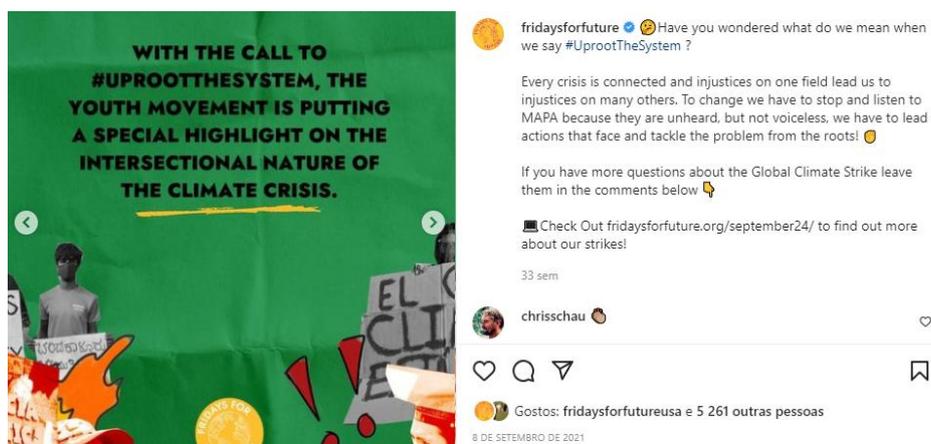
Sobre este tema, o site do movimento *Fridays for Future* traz uma explicação bastante clara sobre o processo de apagamento dos povos mais vulneráveis, assim como a transversalidade com a necessidade de justiça climática, o que nos remete à então discutida expressão em português *Descolonize o Sistema*:

MAPA (Most Affected Peoples and Areas) are experiencing the worst impacts of the climate crisis and are unable to adapt to it. (...) the elite of the Global

North (...) have caused the destruction of the lands of MAPA through colonialism, imperialism, systemic injustices, and their wanton greed which ultimately caused the warming of the planet. With both the COVID, climate, and every crisis in history, overexploited countries and marginalized sectors of society are systematically left behind to fend for themselves (Fridays for Future Website, 2023).⁹⁰

Isso posto, as próximas publicações consistem numa série de posts da ONG *Fridays for Future*, os quais explicam os significados subjacentes à hashtag *#uprootthesystem* (*#descolonizeosistema*) e o que os ativistas pretendem alcançar através desta expressão metafórica (Ribeiro, 2022). Observamos através desta expressão a natureza interseccional da crise climática, relacionada com muitas questões sociais, como racismo, desigualdade de classes e, principalmente, a colonização histórica dos países do grupo *MAPA*, o que nos remete a aspectos relativos à justiça climática.

**Figura 8 – O que significa *uprootthesystem*?⁹¹
Fridays for Future, Instagram, set. /2021**



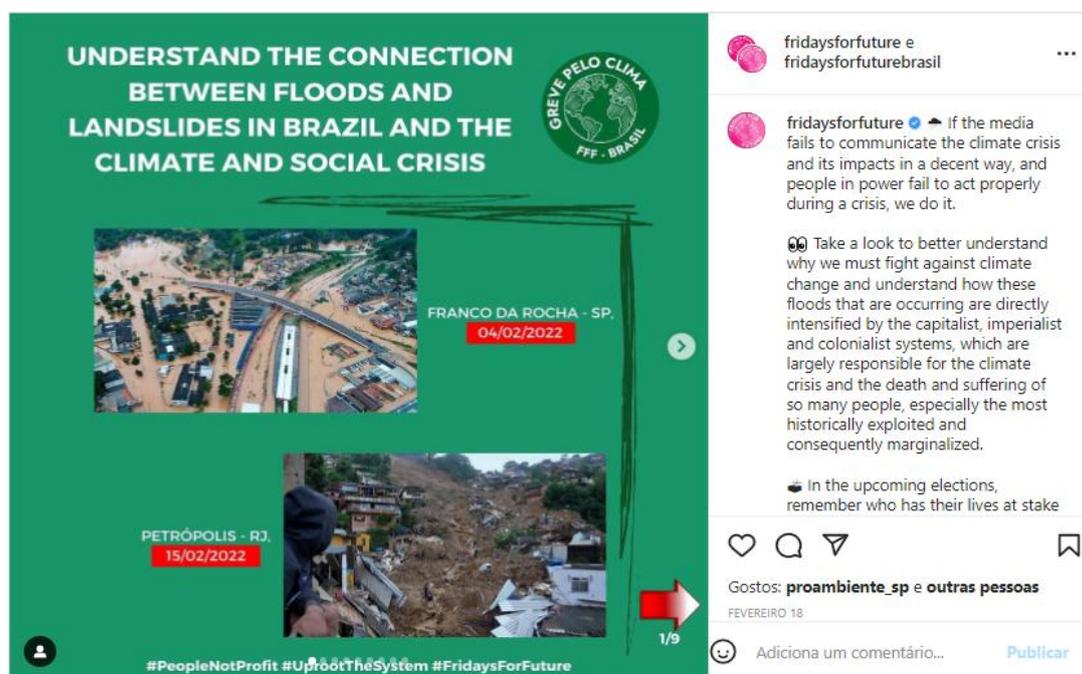
Fonte: Ribeiro, 2022, p. 233.

90 Os *MAPA* (Povos e Áreas Mais Afetados) estão enfrentando os piores impactos da crise climática e não conseguem se adaptar a ela. (...) a elite do Norte Global (...) tem causado a destruição das terras dos *MAPA* através do colonialismo, do imperialismo, das injustiças sistêmicas e da sua ganância desenfreada que, o que afinal causou o aquecimento do planeta. Com a COVID, a crise do clima e todas as crises históricas, os países superexplorados e os setores marginalizados da sociedade estão sistematicamente deixados para trás à própria sorte (tradução nossa).

91 A publicação consiste em uma série de 06 posts, disponíveis em: <https://www.instagram.com/p/CTkpLnUvWgV/>. No website da ONG, a discussão sobre diversas questões sociais interseccionais voltadas à crise climática pode ser encontrada no documento disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1b25qhqlf0E-4h6NQDzLX40YifD6khpgee3VI6g7nNSE/editar>.

O post a seguir exemplifica o postulado por Nisbet (2009), Scheufele (1999) e Lakoff (2010), quando defendem a maneira como a questão climática deve ser abordada pelos meios de comunicação de massa. A legenda enfatiza a importância das mídias conectarem as catástrofes ambientais à crise climática, através de informações acessíveis e claras, facilitando o acesso da população às informações científicas; desta forma, espera-se que o público leigo compreenda como o aquecimento global tem desencadeado as catástrofes ‘naturais’ cada vez mais frequentes, assim como as motivações e consequências sociopolíticas desta crise.

Figura 9 – Entenda a conexão entre as enchentes e deslizamentos de terra no Brasil e a crise climática e social – Fridays for Future, Instagram, fev. /2021



Fonte: Ribeiro, 2022, p. 234.

Como exemplo da hashtag *#descolonizeosistema*, selecionamos o post a seguir, onde a expressão aparece abaixo da legenda “(...) É a juventude fazendo revolução!!! 🤝🌍”. Este enunciado demonstra a interdiscursividade com as demais hashtags listadas no domínio semântico *Mudança de sistema/Repensar meios de produção e consumo*, uma vez que a *UL revolução* implica uma ruptura com o sistema atual. O enunciado “Não existe planeta B”,

difundido originalmente pela hashtag *#theresnoplanetb*, aparece em destaque na imagem, como mais um dos motes que desencadeiam a urgência pela mudança nos padrões de produção e consumo, assim como o apelo às autoridades para que providências sejam tomadas, pela sobrevivência do planeta Terra.

Figura 10 – *#descolonizeosistema*: Greve Global pelo Clima, Rio de Janeiro/Brasil



Fonte: Instagram - *Fridays for Future Brasil*. Acesso: set. 2021.

Dando prosseguimento à análise de posts, destacamos alguns que demonstram duas hashtags/expressões também muito conhecidas no ativismo socioclimático: *#theresnoplanetB* (*#nãoháplanetaB* ou *#nãoexisteplanetaB*) e *peopleoverprofit* ou *#peoplenotprofit* (*#pessoasacimadolucro*). Este recorte foi feito considerando sua maior interseccionalidade com o domínio semântico *Mudança de sistema /Repensar meios de produção* e consumo, dialogando assim com a hashtag acima estudada, *#uprootthesystem*.

10.2 As hashtags *#theresnoplanetB* e *#peoplenotprofit*: metáforas conceituais de conscientização e enfrentamento à Emergência Climática

Como demonstrado no post anterior, outra expressão que se destaca no ativismo climático é *Não existe planeta B* ou *Não há planeta B*, cuja versão original em inglês corresponde a *There's no planet B*. Essa expressão nos remete à conexão entre nossa identidade enquanto seres humanos, sujeitos historicamente e ideologicamente situados, e nosso habitat natural, o planeta Terra.

Em Stibbe (2015) encontramos a discussão acerca desse vínculo identitário, que vai além do planeta Terra em si, como também à idealização de um lugar onde a vida possa prevalecer: diante de um eminente colapso climático, a natureza passa a ser este local idealizado, onde ideais de equidade e justiça social e climática passam a ser razões pelas quais se vale a pena lutar, afinal, não há outro planeta em que a raça humana possa existir.

(...) ideals of dwelling [encourage] us to direct our honouring of place towards an 'official' singular idealised place consciously identified with self, while disregarding the many unrecognised, shadow places that provide our material and ecological support ... An ecological re-conception of dwelling has to include a justice perspective and be able to recognise the shadow places, not just the ones we love, admire or find nice to look at. So ecological thought ... must ... reflect on how nice (north) places and shadow (south) places are related, especially where north places are nice precisely because south places are not so nice (Plumwood, 2008 *apud* Stibbe, 2015, p. 161).⁹²

Destacamos também a interdiscursividade da hashtag/expressão *#there'snoplanetB* com a expressão socialmente legitimada *plano B*. Nesse sentido, o primeiro plano a ser buscado seria salvar nosso planeta (o que seria o *plano A*) pois, caso a crise climática torne a Terra inabitável, ou cause consequências irreversíveis para as populações mais vulneráveis, os decisores

92 (...) ideais de moradia [encorajam-nos] a direcionar nossa honra a um lugar idealizado, singular e 'oficial', conscientemente veiculados à nossa ideia de identidade, ao mesmo tempo em que desconsideramos os muitos lugares sombrios e não reconhecidos que fornecem nosso suporte material e ecológico... Uma reconcepção ecológica de moradia deve incluir uma perspectiva de justiça e ser capaz de reconhecer os lugares sombrios, não apenas aqueles que amamos, admiramos ou achamos bonitos de olhar. Portanto, o pensamento ecológico...deve...refletir sobre as razões pelas quais os lugares bonitos (norte) e os lugares 'sombrios' (sul) estão relacionados, uma vez que o norte é agradável precisamente porque o sul não é tão agradável (tradução nossa).

políticos não possuem outra alternativa para estes povos: ou seja, não há *um plano B* que garanta a sobrevivência dos mais afetados.

Desta forma, se a vida neste planeta não pode ser preservada e a justiça pelos povos e comunidades mais prejudicadas (neste contexto referindo-se aos países do norte global, historicamente privilegiados, *versus* os países do sul global, historicamente explorados) não pode ser atingida, a esperança das novas gerações por um futuro fica abalada.

Figura 11 – Não existe planeta B



Fonte: *Fridays for Future Brasil* -Instagram. Acesso: jul. 2024.

O post acima, além da reflexão sobre a possível extinção da raça humana no planeta Terra caso o aquecimento global não seja reduzido, também traz as hashtags *#PeopleOverProfit* e *#PessoasAcimaDoLucro*, duas expressões que também se sobressaíram no ativismo climático interseccional. Por essa razão, os próximos posts constituem exemplos de como estas expressões incentivam debates em torno da relação degradante ao meio ambiente que o modelo econômico capitalista tem desencadeado.

Figura 12 – #peoplenotprofit – sistemas de opressão como amplificadores dos efeitos das mudanças climáticas



Fonte: *Fridays for Future* -Instagram. Acesso: jul. 2024.

Figura 13 – #peoplenotprofit – críticas quanto à primazia do lucro sobre a vida humana



Fonte: *Fridays for Future* - Instagram. Acesso: jul. 2024.

Retomando a noção de apagamento dos países e comunidades menos favorecidas, os dois posts acima buscam destacar sistemas de opressão e a primazia do lucro como amplificadores da crise climática. Ou seja, como já apontado, a sobrevivência diante de catástrofes ambientais antrópicas é obviamente mais favorável às classes mais abastadas, que vivem em regiões menos afetadas e com condições de se protegerem materialmente em caso de um evento climático extremo.

Um exemplo recente consiste na drástica enchente ocorrida no sul do Brasil, entre o final de abril e início de maio deste ano, tendo sido classificada como a maior enchente de toda a história do estado do Rio Grande do Sul, deixando milhares de pessoas desabrigadas e muitos mortos e desaparecidos. Após a catástrofe, mídias diversas divulgaram que já havia estudos e relatórios do *IPCC* que previam tal fenômeno climático, mas, devido à negligência política, nada foi feito para evitá-la.

No que diz respeito ao favorecimento de sistemas que priorizam a economia em detrimento da vida humana, sabe-se que, nos moldes de produção capitalista, acentuados a partir da Revolução Industrial, pouco é feito politicamente em termos de distribuição igualitária de renda. Alguns autores têm criticado a própria noção de produto interno bruto, uma vez que um PIB alto não significa equidade de condições e bem-estar social. Stibbe (2015, p. 89) explica que

[a]n increase in GDP (gross domestic product) could be considered positive automatically because of the cultural evaluation rather than from consideration of what the increase actually represents in terms of improved wellbeing, equity and the preservation of the systems that support life (...). [However] [f]rom the perspective of the ecosophy, a debt-fuelled consumer spending spree resulting in economic growth that benefits only a small minority is negative both in failing to reduce consumption and to redistribute resources.⁹³

93 [um] aumento no PIB (produto interno bruto) poderia ser considerado automaticamente positivo por causa da avaliação cultural, e não pela consideração do que o aumento realmente representa em termos de melhoria do bem-estar, equidade e preservação dos sistemas que sustentam a vida (...). [No entanto] [pela] perspectiva da ecosofia, uma onda de gastos do consumidor alimentada por dívidas, resultando num crescimento econômico que beneficia apenas uma pequena minoria, é falha tanto na redução do consumo como na redistribuição de recursos (tradução nossa).

Desta forma, os posts acima dialogam com o mapeamento de *#uproothesystem*, pois enfatizam as injustiças socioclimáticas sofridas pelas classes desfavorecidas como uma problemática interseccional de “sistemas de opressão” que, devido a interesses políticos e econômicos, amplificam as consequências do aquecimento global colocando o lucro de poucos acima da vida de grandes populações.

Finalmente, buscamos a seguir, com o último post, aglutinar a principal ideia defendida nesta tese: a Emergência Climática como frame e sua consolidação como problemática mundial que exige medidas urgentes. Este entendimento dialoga fortemente com a MC pontuada por Stibbe (2015) e Nerlich & Jaspal (2012): THE PLANET IS A PATIENT.⁹⁴

Uma vez que o frame Emergência é originalmente associado a hospital, ou doença, infere-se que o planeta está doente e, portanto, precisa ser urgentemente cuidado, tratado. Outro autor que relaciona a ideia de Emergência Climática como um câncer é Forencich (1992 *apud* Stibbe, 2015, p. 70-71):

This maps human beings onto cancer cells, and the patient onto the earth. Forencich pushes away the most obvious reasoning pattern – that curing cancer consists of killing the cancer cells so therefore people must be killed, as ‘not a viable option’ (Forencich 1992: 144). Instead he gives a series of interventions for curing the cancer such as reducing consumption, redistributing wealth, slowing population growth (...) and protecting healthy tissue such as forests. The metaphor encourages urgency – we are experiencing an ‘oncological emergency’ where the earth as a whole may die.⁹⁵

Entretanto, pela perspectiva da APD esta metáfora é vista como ambivalente, pois aponta vantagens, como formas de se curar o ‘câncer’ do aquecimento global, e desvantagens, ou seja, pode levar as pessoas ao

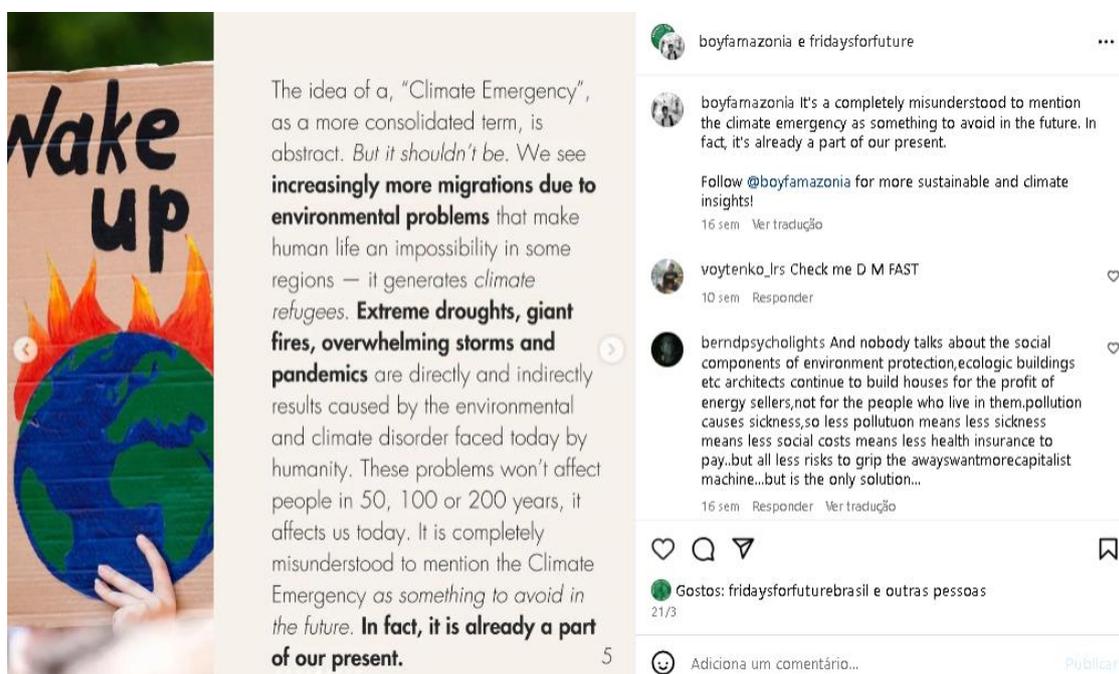
94 O PLANETA É UM PACIENTE (tradução nossa).

95 Isso mapeia os seres humanos como células cancerígenas e a Terra como paciente. Forencich afasta o padrão de raciocínio mais óbvio – que a cura do câncer consiste em matar as células cancerosas. Todavia, como as pessoas não devem ser mortas, esta “não se trata de uma opção viável” (Forencich 1992: 144). Em vez disso, ele apresenta uma série de intervenções para curar o câncer, tais como a redução do consumo, a redistribuição da riqueza, o abrandamento do crescimento populacional (...) e a proteção de tecidos saudáveis, como as florestas. A metáfora encoraja a urgência – estamos vivendo uma ‘emergência oncológica’ onde a Terra como um todo pode morrer (tradução nossa).

descrédito, a um olhar intrinsecamente negativo que coloca em risco a própria noção do valor da vida humana.

Ressaltamos que este não é o propósito de nossa tese. Ao contemplar a ACD em diálogo com a APD, tentamos justamente partir da discussão crítica para olhares mais esperançosos: o ativismo que apresenta fatos ameaçadores e inquietantes, todavia, busca caminhos de sensibilização e conscientização, a fim de promover mudanças visando à mitigação da crise do clima.

Figura 14 – Emergência Climática: interseccionalidade com outros discursos



Fonte: *Fridays for Future* e *boyfamazonia* - Instagram. Acesso: jul. 2024.

Enfim, os posts elencados consistem em uma demonstração dos tipos de publicação divulgadas no Instagram por jovens, geralmente seguidos de hashtags e outros co-textos, como fotos e emojis. Foi possível observar discursos de questionamento da ordem capitalista, bem como o apelo a decisores políticos em prol de medidas urgentes de mitigação do aquecimento global e do consequente estado de Emergência Climática.

Através dos modos visuais e verbais, assim como do uso das hashtags enquanto gênero discursivo cuja intenção comunicativa assenta na

disseminação rápida e viral de discursos nas redes sociais, podemos afirmar que os movimentos sociais determinam campos discursivos de ação e controle com a utilização de diferentes gêneros para representar a si mesmos e os outros, redefinindo assim os objetivos identitários de um determinado grupo e seus objetivos de luta (Snow; Benford, 1988).

Uma vez que tanto os discursos de GT quanto os posts analisados reiteram a conexão identitária de um grupo (jovens ativistas pelo clima, com objetivos em comum), também se destaca a metáfora primária SEMELHANÇA É PROXIMIDADE (Lakoff; Johnson, 1999 *apud* Almeida, 2019, p. 299).

Em outras palavras, pela *semelhança* de ideologias, propósitos e preocupações com o futuro do planeta e com o destino das novas gerações, através da militância socioclimática este grupo se une em seus ideais, agregando cada vez mais participantes à causa, ora pela união de estratégias físicas (greves, passeatas, manifestações, cartazes), ora por meios digitais (redes sociais, sites, vídeos, entre outros).

A questão identitária no ativismo climático é destacada por Stibbe (2015, p. 117) por sua estreita relação com a empatia, ou seja, a projeção imaginativa para a vivência experienciada pelo OUTRO: o perceber o mundo pelo olhar do OUTRO, sem contudo negar as diferenças identitárias dos diversos sujeitos ou atores sociais envolvidos na problemática.

Para o autor (*op. cit.*), a construção das identidades pode ser observada através de textos e discursos, como também por 'rótulos' criados socialmente para situar as posições subjetivas diante de um contexto envolvendo determinadas características, valores e comportamentos. No caso dos grupos identitários envolvidos no ativismo ambiental, Stibbe (*op. cit.*, p. 107) reitera que

[s]ome identities (e.g. the insatiable consumer) encourage behaviours that are ecologically destructive if people adopt them, i.e. if they accept that they are that type of person and conform to the mental model of what that kind of person says and does. On the other hand, different identities may encourage people to behave in ways which help protect the systems that life depends on.⁹⁶

96 [algumas] identidades (por exemplo, o consumidor insaciável) encorajam comportamentos que são ecologicamente destrutivos se as pessoas os adotarem, ou seja, se aceitarem que são esse tipo de pessoa e se conformarem ao modelo mental do que esse tipo de pessoa diz e faz. Por outro lado, diferentes identidades podem encorajar as pessoas a comportarem-se de forma a ajudar a proteger os sistemas dos quais a vida depende (tradução nossa).

Em suma, nossa análise qualitativa teve como objetivo demonstrar como certos padrões de intertextualidade e interseccionalidade permitem aos jovens ativistas construir redes de solidariedade e mobilizarem ações sociais (Humphreys, 2013). No caso de nosso estudo, exploramos diferentes modos discursivos que transpassam o ativismo climático instaurado por Greta Thunberg, ganhando mais tarde adeptos no mundo inteiro através de mídias de massa, redes sociais e do movimento *Fridays for Future*.

Pela adoção de estratégias discursivas promotoras de empatia, conscientização, conhecimento científico, solidariedade, embate político e esperança, visando à união dos povos mais afetados, GT conseguiu aglutinar milhares de seguidores e, com eles, contribuir fortemente para a militância climática.

Considerando então os princípios da ACD e da APD, o conjunto dos *corpora* aqui investigados demonstram conscientização ambiental e compromisso com a ação social em termos de agrupamento e ativismo em torno de uma causa (Barlett, 2018). Isso posto, nossa discussão destaca aspectos do caráter interseccional da EC, com o objetivo de compreendê-la como um novo frame conceitual que abre espaço para novas metáforas conceituais, como as propostas a seguir:

- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É A DESTRUIÇÃO DO PLANETA;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CONSEQUÊNCIA DA AÇÃO ANTRÓPICA;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É A NEGAÇÃO DE UM FUTURO AOS JOVENS;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CRISE POLÍTICA;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É DANO AOS PAÍSES MAIS POBRES;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É O AUMENTO DA DESIGUALDADE SOCIAL;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CONFRONTO POLÍTICO;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É VETOR DE INJUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL;

- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É AMEAÇA AO FUTURO;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É LUTA DE CLASSES;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CATALISADOR DA CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É DENÚNCIA DOS MEIOS DE PRODUÇÃO CAPITALISTAS;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É PERDA DA BIODIVERSIDADE;
- ✓ A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É REVISÃO DE PADRÕES DE CONSUMO.

Por fim, ao combinarmos a ACD, a APD e a LC na avaliação dos discursos de Greta Thunberg e das hashtags e posts de ativismo ambiental e climático, foi possível obter uma compreensão mais completa e equilibrada do impacto das formas de mapeamentos mentais subjetivas envolvidas nesta problemática, nos instigando a (re)pensar novos frames e MCs a partir dos *corpora* analisados.

A ACD nos ajudou a revelar as dinâmicas de poder e as críticas subjacentes que o ativismo digital levanta, enquanto a APD destaca as maneiras pelas quais ela mobiliza e inspira ações positivas em direção à justiça climática. Essa abordagem dual permite-nos apreciar tanto a crítica incisiva à crise socioclimática quanto a esperança, presentes nos discursos de Greta Thunberg e na atuação de ativistas climáticos de maneira geral, oferecendo uma visão transdisciplinar e interseccional da crise do clima.

Síntese

O último capítulo de nossa tese propôs uma análise qualitativa de posts retirados das páginas do Instagram *Fridays for Future Internacional*, *Fridays for Future Brasil* e da ativista Greta Thunberg, exemplificando o uso de três hashtags que se destacam no ativismo climático digital: a primeira, já debatida, *#uprootthystem* (*#descolonizeosistema*); a segunda, *#peoplenotprofit*

(#pessoasacimadolucro); e a última, #theresnoplanetB (nãoháplanetaB ou #nãoexisteplanetaB).

Nosso objetivo foi demonstrar o caráter transdisciplinar destas postagens, explorando não apenas o conteúdo textual, mas também imagens e fotos como ferramentas para a interpretação dos discursos de ativismo climático envolvidos no gênero post (ou postagem). Nesse contexto, as hashtags são analisadas como representações interseccionais, envolvendo questões de (in)justiça climática, desigualdade social e o impacto do sistema capitalista, evidenciando a pressão dos ativistas sobre os políticos para que tomem medidas efetivas contra a crise climática. Como critério de seleção dos posts, adotamos a noção de *saliência*, ou seja, sua capacidade de atrair atenção para problemáticas significativas, conforme Stibbe (2015).

A hashtag #uprootthesystem, amplamente utilizada na militância climática, destacou-se nas postagens analisadas, uma vez que reflete a demanda por justiça climática e mudanças sistêmicas. Os posts também reforçam a crítica dos jovens ativistas à inércia política e a exploração histórica, contextualizando o uso de outras hashtags como #theresnoplanetB e #peoplenotprofit, que reforçam a urgência de repensar os modos de produção e consumo, conectando os discursos ambientais a demandas sociais.

A hashtag #theresnoplanetB também é central no ativismo climático, destacando a inexistência de um 'plano B' caso o planeta se torne inabitável. Esta expressão se alinha a críticas sobre a negligência política, que impacta desproporcionalmente as populações mais vulneráveis; por esta razão, o conceito de justiça climática se faz presente, enfatizando a intersecção entre as crises ambientais e sociais, a exemplo do racismo e da desigualdade econômica. Ademais, a metáfora conceitual O PLANETA É UM PACIENTE ilustra a urgência da crise e a necessidade de cuidados imediatos para evitarmos consequências irreversíveis.

Por fim, os posts analisados, juntamente com as hashtags enquanto estratégias retóricas de disseminação desse modelo de militância, evidenciam o ativismo juvenil como uma luta contra a degradação ambiental gerada pelo capitalismo e a injustiça social. Greta Thunberg e o movimento *Fridays for*

Future, o qual ganhou notoriedade mundial a partir de 2019, têm mobilizado milhões de pessoas por meio de discursos críticos e emocionais que incentivam a solidariedade e a luta por ações políticas.

Assim, nosso trabalho de análise discutiu a Emergência Climática como um frame cognitivo que denuncia a amplificação das desigualdades sociais e ambientais, e sugeriu novas metáforas conceituais tendo a Emergência Climática como domínio-alvo. Ao mesmo tempo, pelo viés da APD, ressaltamos discursos de ciberativismo que desencadeiam novos olhares diante da crise climática, cujo foco reside na militância consciente, em prol de mudanças sistêmicas e ações efetivas de mitigação das consequências do aquecimento global.

Considerações Finais

Nossos principais objetivos nesta tese consistiram em defender a interface entre a Linguística Cognitiva, a Análise do Discurso, a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso e a Pragmática Linguística, sob o viés dos Estudos Críticos do Discurso, demonstrando a relação entre os aspectos socioculturais, ideológicos e cognitivos do processamento da linguagem humana.

Para tanto, procedemos à identificação e análise de hashtags, frames e metáforas conceituais viralizadas em textos/discursos sobre EC nas páginas do Instagram de duas organizações voltadas ao ativismo ambiental da juventude – *Fridays for Future International* e *Fridays for Future Brasil* – em diálogo com a página oficial da ativista Greta Thunberg, sendo ela a fundadora do movimento *Fridays for Future* em 2019.

Nesse contexto, discutimos aspectos políticos e ideológicos atrelados à EC, assim como nuances da construção e disseminação desses discursos em mídias de massa. Optamos pela rede social Instagram, por ser altamente popular entre o público jovem e por encontrarmos nela, a cada dia, um maior ativismo político e uma ferramenta de viralização de informações acerca da crise climática em nível global. Assim, nosso estudo foi fundado em uma abordagem compósita, quantitativa e qualitativa.

Consideramos que a interface entre as perspectivas teóricas acima citadas nos forneceu ferramentas para observação de mecanismos retóricos e persuasivos, permitindo debates que vão além dos muros das universidades; portanto, na atual sociedade global, em que as mídias de massa exercem um grande poder sobre o pensamento e a percepção dos sujeitos, muitas vezes controladas por atores sociais como figuras políticas, nichos de mercado ou líderes religiosos, é fundamental que avancemos nos estudos dessas novas ferramentas e modos de apreensão da realidade.

Nesse sentido, a Emergência Climática, quando analisada sob o viés dos Estudos Críticos do Discurso, revela a centralidade do poder, da ideologia e das desigualdades sociais no cerne das narrativas que moldam nossa

compreensão e resposta à crise ambiental. A hegemonia discursiva, sustentada por interesses econômicos e políticos, tem historicamente silenciado perspectivas socioeconômicas alternativas, como também marginalizado comunidades vulneráveis, sobretudo no sul global, ou os então denominados países do grupo *MAPA*.

Sob tal perspectiva, enfatizamos como discursos dominantes tendem a naturalizar a desigualdade, transferindo responsabilidades igualmente entre países exploradores e explorados, ao mesmo tempo que preservam os interesses das nações ricas e das grandes corporações.

Por outro lado, o ciberativismo, junto a novos movimentos de militância, oferecem uma resistência aos discursos hegemônicos, desafiando as narrativas neoliberais, orientados pelo desejo de justiça climática, considerando a interseccionalidade da crise socioclimática. Desta forma, ferramentas discursivas como hashtags, posts e mobilizações digitais têm desempenhado um papel crucial na criação de novos discursos que conectam a crise climática à justiça social.

Com isso em mente, os ECD destacam que a Emergência Climática não é apenas um fenômeno socioambiental, mas também uma questão de poder e desigualdade. Acreditamos que, através de uma análise discursiva crítica, aqui perpassando a ACD e a APD, é possível desconstruir e/ou resignificar as estruturas cognitivas que sustentam as injustiças climáticas, permitindo uma abordagem mais justa e democrática para enfrentar a crise.

Tendo tais premissas como base, a conclusão desta tese objetiva sintetizar os aportes teóricos e metodológicos apresentados ao longo do estudo, refletindo sobre as principais contribuições das teorias aqui discutidas aplicadas ao ciberativismo climático, sobretudo na rede social Instagram.

Em um cenário global de crescente conscientização sobre as questões ambientais, o discurso digital surge como um componente essencial para a mobilização social e política; assim, a combinação de abordagens como a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso, a Linguística Cognitiva, a Pragmática e a Ecolinguística nos permitiu uma compreensão mais

profunda dos processos pelos quais esses discursos são construídos e disseminados, influenciando percepções e ações coletivas.

Em nossa primeira parte, que centrou-se no aporte teórico-metodológico, o Capítulo 1 introduziu a problemática da pesquisa tendo como alicerce os Estudos Críticos do Discurso. Apresentamos a Emergência Climática como uma questão global e contextualizamos discussões teóricas que sustentam nossa perspectiva de análise. Desta forma, propusemos uma investigação centrada nas formas de ciberativismo que emergem no Instagram, com foco em algumas estratégias discursivas que jovens ativistas utilizam para chamar a atenção para a urgência das mudanças climáticas.

Discutimos a capacidade dessas interações digitais de moldar percepções, a partir de estratégias discursivas como hashtags, posts, frames e metáforas conceituais, visando à construção de narrativas que busquem não apenas conscientizar, mas também mobilizar. Também inserimos em nossa pesquisa 03 discursos de Greta Thunberg, uma figura-chave no ativismo climático contemporâneo, explorando como sua retórica polarizadora dialoga com outras narrativas digitais. Ao investigar os enquadramentos discursivos e os processos cognitivos subjacentes, este capítulo estabeleceu as bases teóricas que guiaram o restante do estudo.

A formulação dos objetivos gerais e específicos consolidaram o direcionamento da pesquisa, destacando a busca pela compreensão de como o discurso digital atua como um catalisador de conscientização e engajamento social em torno da Emergência Climática. Já as perguntas de investigação ajudaram a delimitar o campo de estudo, focando na análise da interação entre discurso, ideologia e poder no ambiente digital.

Com base nessas premissas, o capítulo propôs que os discursos climáticos no Instagram não são apenas veículos de informação, mas também espaços de disputa ideológica e (re)construção de significados, refletindo tensões políticas e sociais mais amplas.

A interseção entre os vieses teóricos adotados foi fundamental para ampliarmos nossa compreensão do tema estudado. A ACD revela como ideologias de poder e dominação moldam as narrativas sobre a crise climática,

frequentemente minimizando a gravidade do problema ou culpando indivíduos em vez de responsabilizar os reais responsáveis pela crise, ou seja, grandes corporações, decisores políticos, órgãos de fiscalização ambiental e responsáveis por crimes ambientais (a exemplo de queimadas de grandes áreas florestais pela indústria agropecuária, poluição do ar e da água por grandes mineradoras, devastação de territórios indígenas, entre tantos outros).

Em contrapartida, a APD destaca discursos que promovem esperança e mobilização, enfatizando a capacidade de ação coletiva e a busca por soluções. A LC complementa essa análise ao examinar como metáforas e frames influenciam a percepção pública e as respostas emocionais, moldando a forma como o tema é abordado em diferentes contextos. Por fim, a Pragmática nos auxilia a inferir os efeitos perlocutórios intentados pelos enunciadores no contexto de militância, geralmente diretivos, ou seja, visando à ação social através de práticas sociodiscursivas.

Refletir sobre o papel do contexto foi essencial, considerando as abordagens teórico-metodológicas. Na ACD, o contexto social, político e histórico é crucial para entendermos como discursos emergem e se perpetuam, especialmente em um cenário de desigualdades e relações de poder. Por sua vez, a LC foca no contexto cognitivo e cultural, analisando como experiências e estruturas cognitivas moldam a compreensão das metáforas e frames utilizados em discursos sobre a crise climática. Assim, ao considerar a influência do contexto, essas abordagens oferecem uma análise mais abrangente e integrada dos discursos e problemáticas sociais, permitindo uma compreensão mais profunda dos desafios e oportunidades na luta contra a crise climática.

No Capítulo 2, aprofundamos a integração entre a Análise Crítica do Discurso (ACD), a Análise Positiva do Discurso (APD) e a Linguística Cognitiva (LC), estabelecendo um diálogo entre essas abordagens. Pela ACD exploramos como as relações de poder e ideologia permeiam as narrativas climáticas, destacando que o discurso não é um campo neutro, mas sim um espaço de contestação e reprodução de estruturas de poder. Já a APD complementa essa base teórica sobre a compreensão dos processos discursivos, direcionada às possibilidades de construção de discursos que

promovam mudanças positivas, questionando narrativas catastróficas e oferecendo alternativas sustentáveis e emancipadoras.

Nesse sentido, a Linguística Cognitiva nos auxiliou na investigação sobre como frames e metáforas conceituais são utilizadas para moldar a compreensão pública da crise climática. Esses recursos discursivos não apenas refletem realidades, mas também moldam a forma como os indivíduos percebem e agem em relação a uma determinada problemática social. A combinação dessas abordagens teóricas permitiu uma análise multifacetada dos *corpora* aqui estudados, revelando tanto as dinâmicas de poder envolvidas quanto as possibilidades de mobilização social e política.

Ratificamos que os frames e as metáforas conceituais são estratégias discursivas poderosas, que ajudam a moldar a forma como a emergência climática é discutida e entendida. Elas não apenas ilustram a gravidade da situação, mas também promovem diálogos sobre possíveis soluções e estratégias de enfrentamento. Em LC, ao discutirmos a Semântica de Frames e as metáforas conceituais em torno da crise climática, foi possível observar como esses elementos interagem, influenciando a percepção pública e o engajamento da sociedade em um diálogo mais profundo, reforçando a necessidade de ação coletiva e consciente diante das questões ambientais.

No Capítulo 3 focamos mais especificamente na Linguística Cognitiva, com destaque para a Semântica de Frames e Metáforas Conceituais, buscando discutir o enquadramento da expressão *Emergência Climática* nos discursos de maneira geral – no nosso estudo, não obstante, no discurso digital.

Buscamos demonstrar que frames cognitivos, enquanto esquemas mentais estruturados, exercem uma influência crucial na percepção e categorização de realidades, sendo fundamentais para a construção de significados sobre a crise climática. A partir dos dados extraídos das plataformas FrameNet Brasil e FrameNet Berkeley, identificamos frames já então consolidados e exploramos também as possibilidades de criação de novos enquadramentos, moldando assim as narrativas sobre o aquecimento global.

Isso posto, a Semântica de Frames, particularmente no contexto da EC, desempenha um papel crucial na forma como a sociedade percebe e reage a essa questão premente. O processo de framing da expressão *Emergência Climática* não se limita a uma simples descrição do fenômeno, mas implica a construção de um novo entendimento que mobiliza emoções e ações.

O Projeto FrameNet, ao catalogar diferentes frames, nos ofereceu uma base para analisar como a questão pode ser interpretada sob diferentes perspectivas, permitindo um maior entendimento das narrativas em jogo. Ao pensar a Emergência Climática como um novo frame, enfatizamos a urgência e a necessidade de ação imediata.

A seguir, a Metáfora Conceitual também foi discutida como uma ferramenta indispensável para a compreensão de fenômenos complexos como a EC. Argumentamos que as metáforas conceituais consistem em ferramentas retóricas eficazes e significativas, estruturantes do pensamento humano, o que possibilita que questões complexas como o aquecimento global sejam interpretadas de forma mais tangível e acessível ao público leigo.

Assim, o uso de frames e MCs não apenas facilita a compreensão do problema, mas também direciona ações e reações sociais e políticas em torno da questão socioclimática. Com isso, reafirmamos que as representações discursivas da Emergência Climática não são neutras, mas sim produtos de processos cognitivos e sociais profundamente enraizados em nossas experiências coletivas.

No Capítulo 4 nos voltamos ao ciberativismo e à Pragmática Linguística, analisando como o discurso digital relacionado à crise climática impacta a mobilização social e política, explorando como as novas formas de comunicação digital, especialmente entre os jovens, estão redefinindo as formas de ativismo.

Enfatizamos a Teoria dos Atos de Fala, central à Pragmática, demonstrando que enunciar é, de fato, agir. No que diz respeito ao ambiente digital, considerando nossa escolha de hashtags como parte dos *corpora*, destacamo-las como instrumentos virais de mobilização e militância, permitindo que indivíduos se unam em torno de uma causa em comum.

O ato de *tagging* foi apresentado como um meio eficaz de ativismo, permitindo que temas interseccionais, como a justiça climática, ganhem maior visibilidade global. Por exemplo, hashtags como *#uprootthesystem*, *#peopleoverprofit* e *#theresnoplanetB* não apenas promovem uma conscientização sobre questões climáticas, mas também mobilizam jovens ativistas a se engajarem em diálogos e ações, desafiando as narrativas predominantes que minimizam a urgência da crise. Desta forma, esses jovens transformam a retórica digital em um potente catalisador de mudanças sociais, reafirmando seu papel como agentes na luta contra a degradação ambiental.

As hashtags também servem como uma ferramenta de polarização discursiva que permite a construção de comunidades em torno de ideias compartilhadas; todavia, pode criar divisões acentuadas entre diferentes grupos sociais. Isto é geralmente notado em debates sobre soluções para a crise climática de maneira geral, e foi também demonstrado em grande parte dos nossos *corpora*, onde os jovens frequentemente se opõem a discursos que perpetuam o *status quo*. Nesse sentido, entendemos que o uso de *hashtags* contribui para a formação de uma identidade coletiva entre os ativistas, reforçando a ideia de que suas vozes são relevantes e devem ser ouvidas.

Outro ponto destacado foi a polarização discursiva, uma característica intrínseca às interações digitais, especialmente no que diz respeito à EC. A retórica polarizada pode tanto reforçar narrativas dominantes quanto servir como um espaço de resistência e contestação, promovendo o engajamento político de grupos que compartilham ideologias e visões de mundo.

Essa polarização, amplificada pelas dinâmicas das redes sociais, constitui-se em um elemento central na construção de novos enquadramentos cognitivos que buscam desafiar o *status quo* e o modelo capitalista, visando à promoção da justiça climática. Portanto, o ciberativismo, ao unir a Teoria dos Atos de Fala e as práticas de *tagging*, se revela como um espaço fértil para a contestação e a construção de alternativas à narrativa dominante, promovendo conscientização e mobilização.

O último capítulo da parte I, dedicado à metodologia, detalhou o percurso metodológico adotado ao longo da tese, apresentando as escolhas

teóricas e práticas que orientaram a análise dos dados. Propusemos uma abordagem híbrida, compósita, combinando métodos qualitativos e quantitativos para garantir uma análise mais abrangente dos *corpora* selecionados.

A escolha dos *corpora*, que incluiu hashtags, frames, posts do Instagram e discursos de Greta Thunberg, foi fundamentada na necessidade de capturar as complexidades do ciberativismo climático contemporâneo, com ênfase nas interações discursivas e nas dinâmicas de poder que permeiam esses espaços. Ressaltamos também o caráter transdisciplinar da pesquisa, argumentando que a combinação de perspectivas teóricas e metodológicas diversas contribuiu para a compreensão da complexidade das interações entre discurso, poder e sociedade no contexto da EC, conforme os pressupostos da ACD e APD.

Finalmente, na primeira parte de nossa tese nos dedicamos aos pressupostos teóricos e metodológicos que guiaram nosso estudo e nossa análise de dados, apresentada na Parte II. Pela revisão bibliográfica, entendemos que o ciberativismo climático, especialmente no Instagram, possui um papel crucial na formação da opinião pública e na mobilização em torno de questões ambientais.

A bibliografia consultada reiterou que os discursos digitais são ferramentas poderosas tanto para a conscientização quanto para a ação política, permitindo que indivíduos e grupos se organizem em torno de causas comuns, desafiando narrativas hegemônicas e promovendo alternativas sustentáveis e emancipadoras. A combinação de abordagens transdisciplinares, como a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso, a Linguística Cognitiva, a Pragmática e a Ecolinguística, revelou-se fundamental para capturar as nuances dessas interações discursivas e para compreender como o discurso em contextos de ciberativismo pode ser tanto um reflexo quanto um motor de mudanças sociais e políticas.

Isso posto, partimos para a segunda parte de nosso trabalho voltada à análise dos dados quantitativamente e qualitativamente, visando à integração das teorias e abordagens aqui propostas. Foi possível observar aspectos como a interdiscursividade, a intertextualidade, a polifonia e o dialogismo entre os

corpora estudados, uma vez que as classificações e análises, interligadas, ofereceram uma compreensão mais ampla das manifestações discursivas sobre o ciberativismo climático, tendo como base 03 discursos ativistas de Greta Thunberg que impulsionaram o movimento *Fridays for Future* em redes sociais.

O primeiro capítulo da parte II focou na análise quantitativa de hashtags populares no Instagram, relacionadas ao ativismo climático, com o enfoque especial no papel que elas desempenham na mobilização digital. Coletamos um *corpus* de 110 hashtags que, até junho de 2023, acumularam mais de 51 milhões de ocorrências. Esse grande volume demonstra a importância das redes sociais no ativismo contemporâneo, especialmente no contexto climático.

A investigação revelou que a maioria dessas hashtags são expressas em inglês, evidenciando a dominância desta língua no ativismo global e no ciberespaço. No entanto, observamos a adaptação de algumas hashtags ao português, indicando que o movimento também foi viralizado em contextos linguísticos e culturais específicos, o que reflete a importância do ativismo climático em nível mundial. Vale lembrar que tais hashtags e páginas do movimento *Fridays for Future* aparecem em diversos países, todavia, para a delimitação de nossos *corpora* optamos pelas páginas em língua inglesa – a página oficial do movimento e de sua principal representante, Greta Thunberg, e a página em língua portuguesa, especificamente no Brasil.

Hashtags como *#fridaysforfuture*, *#climatestrike*, *#savetheplanet*, *#peoplenotprofit*, *#uprootthesystem*, *#there'snoplanetB*, *#greenwashing*, *#sustentabilidade*, *#climatecrises*, *#globalwarming*, entre muitas outras, se tornaram símbolos globais de mobilização e chamada à ação pela justiça climática, promovendo não apenas eventos e iniciativas, mas também articulando um discurso coletivo que visa conectar jovens de diferentes partes do mundo em torno de um propósito comum.

As hashtags apresentadas em nosso *corpus* também sustentam críticas ao sistema político e econômico, além de denunciarem a superficialidade de iniciativas supostamente sustentáveis. Desta forma, ao analisar o panorama geral dessas hashtags, é evidente que elas desempenham um papel crucial na

formação da identidade do movimento, permitindo que os participantes se sintam parte de uma comunidade maior, unida em sua luta contra as mudanças climáticas.

Como critério de classificação das hashtags selecionadas, adotamos a Teoria dos Atos de Fala, a partir da qual as hashtags podem ser compreendidas como formas de ação. Pretendemos com este aporte teórico identificar os efeitos ilocutórios e perlocutórios intentados pelos enunciadores, ou seja, identificar possíveis intenções e significados projetados.

Nossa análise revelou que, entre as 110 hashtags estudadas, 88 são predominantemente atos diretivos, uma vez que buscam incitar ações através do pressuposto de que enunciar é agir: seja para a mobilização de protestos, para a adesão a movimentos ou para a mudança de hábitos de consumo, contribuindo para a promoção de ações coletivas. Isso reforça a ideia de que o ativismo climático digital é, em sua essência, uma prática discursiva que ultrapassa a comunicação meramente informativa, incitando também ações diretas e influenciando a percepção dos sujeitos de uma dada problemática e suas consequências em níveis locais e globais.

O impacto perlocutório das hashtags é visível na forma como elas têm mobilizado milhões de jovens ativistas ao redor do mundo, convocando-os para protestos, a exemplo das greves globais pelo clima organizadas pelo movimento *Fridays for Future*. Esta primeira análise, portanto, não se limitou a apenas enumerar as hashtags, mas também destacar o papel ativo que exercem na construção de um movimento social em nível mundial.

Por fim, concluímos que o número expressivo de atos diretivos e assertivos, somado à quantidade massiva de ocorrências dessas hashtags, sugere que o ativismo climático digital está ancorado em formas de engajamento que vão além da comunicação linguística tradicional.

As redes sociais aparecem como mecanismos fomentadores de discussões públicas, gerando pressão política e engajamento da população em questões ambientais urgentes. A análise quantitativa, portanto, reforça que as hashtags não são meros adornos linguísticos, mas sim ferramentas essenciais

no ativismo contemporâneo, atuando como atos ilocutórios que impulsionam mudanças sociais e ambientais.

Seguindo nossa análise quantitativa, no Capítulo 7 nos aprofundamos na interseção entre hashtags e frames, utilizando uma abordagem que identificou 5 domínios semânticos associados ao ativismo climático digital: *Mudança de Sistema/Repensar meios de produção e consumo*, *Ativismo político da juventude*, *Fatos científicos*, *Confronto político* e *Negacionismo*.

Inicialmente, foram mapeados 325 frames relacionados às hashtags, retirados das plataformas FrameNet da Universidade de Berkeley e FrameNet Brasil. Em uma segunda análise, isolamos 29 frames mais frequentes, classificados de acordo com os domínios semânticos acima definidos.

A classificação dos frames por domínios semânticos consistiu em uma ferramenta crucial para a análise de dados pois, ao categorizá-los, foi possível identificar e relacionar estruturas cognitivas que guiam a percepção de eventos e ideias, revelando como os indivíduos organizam suas experiências e compreensões da problemática estudada. Esse tipo de classificação não só ajudou no entendimento dos conteúdos disseminados, mas também contribuiu para elucidar as relações sociais e culturais que influenciam a comunicação, especialmente em ambientes digitais.

De maneira semelhante, a classificação das hashtags também por domínios semânticos, além dos atos de fala, contribuiu para nosso olhar mais crítico diante da organização e da viralização desse gênero nas redes sociais. Ao entrecruzar os dois *corpora* (frames e hashtags) sob este critério, conseguimos identificar semelhanças nos modelos mentais construídos através do ciberativismo e na compreensão dos enunciadoreis acerca da crise do clima.

Atuando como marcadores que não apenas agrupam postagens sob temas comuns, as hashtags também moldam a forma como esses temas são percebidos e discutidos. Assim como os frames, elas refletem valores, emoções e ideologias, influenciando a participação e a mobilização social de diversos atores sociais em discussões coletivas. Em suma, a análise amparada pelos campos semânticos delimitados em nossa pesquisa permitiu compreender como o ativismo digital se articula em torno de questões sociais,

promovendo uma conscientização mais ampla e engajada, em concordância também com as teorias já defendidas aqui como a Análise Crítica do Discurso, a Análise Positiva do Discurso e a Ecolinguística.

A centralidade dos frames e hashtags relacionados à *Mudança de Sistema/Repensar meios de produção e consumo* indicou uma crítica direta ao capitalismo e às estruturas de produção insustentáveis, intimamente ligadas à crise climática. Esse domínio reflete a percepção crescente de que a crise ambiental não pode ser solucionada sem uma revisão profunda dos sistemas econômicos e produtivos vigentes.

Além do domínio principal, outros dois emergiram com maior frequência: *Ativismo político da juventude* e *Fatos científicos*. O primeiro destaca o papel da juventude no movimento climático, que se mostra altamente mobilizada e engajada politicamente. A presença significativa deste domínio semântico não é surpreendente, dada a notoriedade de figuras como Greta Thunberg e a popularidade do movimento *Fridays for Future*, que tem conseguido captar a atenção de jovens ao redor do mundo.

Já o domínio *Fatos científicos* reflete o embasamento teórico e factual que sustenta grande parte das demandas e reivindicações dos ativistas. Isso demonstrou que a juventude engajada no ativismo climático digital está protestando contra as mudanças climáticas pela utilização de argumentos baseados em dados científicos, o que fortalece sua legitimidade e credibilidade.

Outro aspecto importante apresentado foi a baixa incidência do domínio *Negacionismo*, o que sugere que o ciberativismo socioclimático é amplamente fundamentado em uma compreensão clara e informada sobre os desafios do aquecimento global. A baixa presença de hashtags e frames relacionados ao negacionismo climático indica uma rejeição a narrativas que minimizam ou descredibilizam a ciência do clima, o que fortalece o movimento como uma voz progressista e baseada em evidências científicas, empíricas. Essa abordagem crítica ao negacionismo sugere que o movimento juvenil busca não apenas uma mudança de políticas ambientais, mas também a responsabilização de figuras públicas que promovem desinformação sobre o clima.

Por fim, a interconexão entre as hashtags, os frames e os domínios semânticos no contexto do ativismo climático digital nos permitiu compreender que o movimento é interseccional, isto é, ele não se limita a questões ambientais isoladas, mas também está profundamente conectado a questões de justiça social e econômica. O ativismo socioclimático não luta apenas contra as mudanças climáticas, mas também contra as desigualdades sociais e econômicas exacerbadas pelo sistema capitalista e a crise do clima, desencadeada por este modelo econômico.

A interseccionalidade intrínseca a esse modelo de ativismo e à problemática global estudada é um dos principais fatores que tornam o movimento tão potente e abrangente, ampliando seu alcance e atraindo uma diversidade de vozes que lutam por justiça climática e equidade social. Este fator, portanto, justificou a necessidade da inteseção das múltiplas teorias, assim como a complementação dos *corpora* e metodologias aqui abordadas, ou seja, um estudo compósito.

Destarte, a segunda parte de nossa análise de dados voltou-se mais especificamente aos dados qualitativos, na seguinte ordem: 3 discursos da ativista Greta Thunberg, cujo foco analítico centrou-se no aspecto da polarização discursiva; o mapeamento de metáforas conceituais oriundas das hashtags *#uprootthesystem* e *#greenwashing*; e, por fim, demonstrações e discussões acerca de posts do Instagram nos quais estas e outras hashtags também populares entre o público-alvo de nossa análise aparecem, como *#peoplenotprofit* e *#theresnoplanetB*.

Assim, o capítulo 8 da análise de dados destacou 3 discursos de Greta Thunberg em eventos como o *United Nations Summit* (2019) e as *Conferences of the Parties, COP25* (2019) e *COP28* (2023), exemplificando o poder do ativismo da juventude no cenário contemporâneo, diante de grandes potências político-econômicas.

Thunberg utilizou tais encontros de relevância mundial para abordar questões sobre a urgência de ações climáticas, convocando líderes globais a tomarem ações concretas em vez de promessas vazias. Sua retórica incisiva, afrontosa e emocional reflete uma crescente polarização em torno do debate

climático, onde os jovens, muitas vezes considerados a esperança para o futuro, se tornam vozes proeminentes em uma luta contra a inação e a falta de comprometimento de gerações anteriores. Essa polarização não se limita apenas a um conflito entre gerações, mas também expõe as divisões socioeconômicas e políticas que permeiam o ativismo climático, destacando a necessidade de uma resposta mais inclusiva e equitativa.

Desde o *UN Summit* (2019), onde o enunciado *How dare you!?* ganhou repercussão mundial no contexto do ativismo climático, Thunberg tem se estabelecido como uma voz incisiva e polarizadora, desafiando diretamente a inação de líderes globais. Sua retórica, especialmente ao confrontar o VOCÊS (líderes políticos, potências econômicas) *versus* o NÓS e ELES(AS) (juventude e vítimas das mudanças climáticas), cria uma dinâmica de polarização altamente eficaz em mobilizar sentimentos de indignação e urgência.

Nesse sentido, a estratégia de Thunberg de dividir o discurso em dois campos — os que agem e as vítimas do aquecimento global *versus* os que falham em agir — é central para sua eficácia retórica. Ao utilizar um tom acusatório e emocional, a exemplo de expressões como *We will be watching you*, ela incita seus ouvintes a tomarem uma posição, a escolherem de qual lado querem estar: do lado daqueles que degradam e destroem o planeta para as futuras gerações ou do lado daqueles que agem contra a crise e lutam para salvar o planeta de um colapso climático e socioambiental.

Os enunciados acima destacados, juntamente a outros como *we will never forgive you* ou *the eyes of the future generations are upon you* não apenas polarizam o debate, mas também fortalecem o impacto perlocutório de seus discursos, levando indivíduos e grupos a repensarem suas atitudes em relação à crise climática, instigando-os à ação em prol do meio ambiente. A análise desses elementos discursivos revelou que Thunberg utiliza uma combinação de apelo moral, urgência científica e polarização política para transmitir sua mensagem, mobilizar e engajar o público em questões globais complexas, como os aspectos interseccionais da Emergência Climática.

Além disso, a interseccionalidade e polarização também transpassam seus outros discursos, enfatizando que as crises climática e social estão

intimamente interligadas, o que afeta desproporcionalmente as comunidades mais vulneráveis, como os países do grupo *MAPA*. Durante a *COP25*, por exemplo, ela alertou para a urgência de reconhecer que as mudanças climáticas não afetam todos igualmente, ressaltando a importância de incluir as vozes das minorias e aqueles que já enfrentam desigualdades socioestruturais.

Já na *COP28*, a continuidade desse tema foi ratificada, à medida que Thunberg instiga líderes a considerarem a justiça climática como parte central de estratégias de mitigação. Assim, seu ativismo não apenas mobiliza jovens ao redor do mundo, mas também desafia as narrativas predominantes de ‘crescimento econômico a qualquer custo’, promovendo uma abordagem mais holística e interconectada para enfrentar os desafios climáticos globais.

Vale destacar que nos discursos estudados é mantido o tom de urgência embasada em dados científicos. Desta maneira, a conexão com o consenso acadêmico fortalece também os atos ilocutórios assertivos, conferindo à ativista uma autoridade que vai além da emoção ou de um ‘impulso juvenil.’

Expressões irônicas e confrontadoras como (...) *you are still not mature enough to tell it like it is* criam uma tensão discursiva entre a ciência, a política e a economia, enfatizando a desconexão entre o conhecimento científico e ações políticas de mitigação. Igualmente, o tom irônico e confrontador salienta que os jovens, conscientes das consequências da crise socioclimática, demonstram mais maturidade para encarar os fatos legitimados pela ciência e os danos sofridos pelas populações mais afetadas, ao invés de ignorá-los em prol do lucro e dos poderes políticos e econômicos.

Ademais, ao utilizar dados apontados pelo *IPPC*, por exemplo, Thunberg reforça a mensagem de que a luta contra a crise climática não é apenas uma questão de responsabilidade moral ou um ímpeto dos mais jovens, mas assenta-se em evidências científicas claras, geralmente ignoradas ou minimizadas por líderes globais e grandes corporações econômicas, como grandes empresas exploradoras de petróleo, o agronegócio, mineradoras, entre outras, as quais exploram o meio ambiente de forma predatória.

Por fim, os discursos analisados no capítulo 8 ilustram o papel central que a juventude desempenha na luta contra as mudanças climáticas, utilizando

uma combinação de dados científicos, apelos morais e mobilização social. A retórica de Greta Thunberg dialoga com o ciberativismo climático, amplificado pelas redes sociais a partir de seu primeiro grande discurso, em 2019, gerando efeitos perlocutórios significativos sob o postulado de que enunciar é agir.

Ao mobilizar milhões de jovens ao redor do mundo, Greta Thunberg e o movimento *Fridays for Future* têm mostrado que o ativismo climático é, antes de tudo, uma prática discursiva poderosa, que utiliza a linguagem como uma ferramenta para a transformação social e política.

Seguindo para o capítulo 9, exploramos o mapeamento de metáforas conceituais no ciberativismo climático, concentrando-se nas hashtags *#uprootthesystem* e *#greenwashing*, que são particularmente produtivas em termos de crítica socioclimática e essencialmente metafóricas. É importante destacar que as hashtags/expressões selecionadas estão intimamente ligadas à retórica discursiva de Greta Thunberg; por esta razão, tais hashtags foram selecionadas de páginas do movimento *Fridays for Future*.

Conforme teorizado por Lakoff & Johnson (1980), estruturas metafóricas têm o poder de moldar o entendimento e a percepção das questões sociais, e no contexto do ativismo climático, as metáforas servem para simplificar e disseminar ideias complexas, tornando-as mais acessíveis ao público em geral. Nesse sentido, as hashtags/expressões *#uprootthesystem* (adaptada ao português como *#descolonizeosistema*) e *#greenwashing* (traduzida como *#lavagemverde*) atuam como potentes frames que convocam à reflexão crítica sobre as estruturas sociais e econômicas que perpetuam desigualdades e injustiças ambientais.

Essas expressões não apenas incitam a ressignificação de pensamentos e práticas, mas também evocam metáforas conceituais que desafiam a nocividade das narrativas dominantes. Ao impulsionar a viralização de discursos que visam reverter os sistemas predatórios e opressores, tais hashtags incentivam um ativismo em prol de uma transformação social radical, evidenciando a necessidade de novos paradigmas de produção e consumo que valorizem a justiça social e climática e promovam a sustentabilidade.

A primeira hashtag/expressão metafórica analisada, *#uprootthesystem*, sugere a representação do sistema capitalista como algo que precisa ser “arrancado pelas raízes”, ou seja, destruído em suas bases. Pelo mapeamento da referida expressão, foi possível inferir algumas metáforas conceituais como O SISTEMA CAPITALISTA É UMA ÁRVORE/PLANTA QUE PRECISA SER DESENRAIZADA; O SISTEMA É UMA ÁRVORE/PLANTA QUE PRECISA SER REMOVIDA; O SISTEMA CAPITALISTA É UM LUGAR QUE PRECISA SER ABANDONADO.

A expressão mapeada assim como as metáforas conceituais dela depreendidas demonstraram-se particularmente eficazes por duas razões: primeiramente, elas se conectam a uma imagem visual marcante, que evoca a ideia de dismantelar estruturas opressoras (a ato de arrancar uma árvore ou qualquer outra planta bruscamente pelas raízes, de forma a derrubá-la). Tal mapeamento conceitual reforça a ideia de que o capitalismo é um sistema rígido, que precisa ser completamente removido para que algo novo e sustentável possa florescer. Além disso, elas ressoam com as gerações mais jovens que estão particularmente sensibilizadas para a necessidade de mudanças profundas nas estruturas socioeconômicas.

O uso da hashtag *#uprootthesystem*, portanto, vai além de uma simples crítica ao capitalismo, oferecendo uma visão de mudança revolucionária que se conecta tanto com o ambientalismo quanto com a justiça social e econômica, sugerindo que o sistema capitalista é intrinsecamente nocivo ao meio ambiente e que, para salvar o planeta, é necessário arrancar essas raízes em um movimento de transformação estrutural.

Quanto à hashtag/expressão adaptada à língua portuguesa *#descolonizeosistema*, a mesma complementa e reitera a mensagem de justiça climática e redução da degradação ambiental. A escolha do verbo *descolonizar* em sua forma imperativa (assim como *uproot*) indica um ato diretivo, principalmente para os países do norte global, no sentido de diminuir a exploração de regiões mais vulneráveis, como a África e a América do Sul. A expressão também sugere a necessidade de reduzir a emissão de poluentes

que causam a deteriorização ambiental de países menos desenvolvidos, conforme discutido em discursos de ativistas e relatórios climáticos.

Além disso, o ato de *descolonizar* é entendido como a libertação dos países mais afetados pelo aquecimento global (países do grupo *MAPA*) da exploração histórica e a reparação dos danos causados pelos processos de colonização. Essa ideia está diretamente ligada ao conceito de justiça climática, visto que os países mais pobres, que são responsáveis por apenas uma pequena fração das emissões de gases de efeito estufa, acabam sendo os mais afetados devido à falta de recursos para mitigar esses impactos.

Deste mapeamento inferimos metáforas conceituais como: DESCOLONIZAR O SISTEMA É JUSTIÇA CLIMÁTICA; DESCOLONIZAR O SISTEMA É MUDANÇA HISTÓRICA (NA RELAÇÃO COLONIZADOR *versus* COLONIZADO); DESCOLONIZAR O SISTEMA É EQUIDADE DE RECURSOS AOS PAÍSES DO *MAPA*; DESCOLONIZAR O SISTEMA É REPARAÇÃO HISTÓRICA; DESCOLONIZAR O SISTEMA É REESTRURAÇÃO DOS MEIOS DE PRODUÇÃO E CONSUMO CAPITALISTAS; DESCOLONIZAR O SISTEMA É LUTA POR AUTONOMIA E SOBREVIVÊNCIA DOS POVOS MAIS AFETADOS PELA CRISE CLIMÁTICA.

Em suma, interligando as metáforas conceituais deduzidas a partir das duas expressões acima estudadas, alguns dos frames que se destacaram nesta realção foram: causar_impacto; causar_mudança; cenário_alternativo_preferido; cenário_de_mudança_de_ consciência; conjunto_de_entidades_inter-relacionadas; emergência; questionar; redirecionar; *rising_to_a_challenge*, ser_necessário; *source_path_goal*; tentar_meios; tentar_persuadir.

Já a segunda hashtag/expressão selecionada para nosso debate e mapeamento foi *#greenwashing* (ou *#lavagemverde*, em português). Esta expressão representa uma metáfora que critica as práticas corporativas que utilizam uma fachada de sustentabilidade para encobrir ações ineficazes ou prejudiciais ao meio ambiente. *Greenwashing*, ou *lavagem verde*, sucintamente, consiste em uma expressão metafórica que sinaliza o

mascamamento de práticas corporativas poluidoras ou ecologicamente insustentáveis, em prol do lucro.

A análise dessa expressão/hashtag revelou como os ativistas a utilizam para denunciar a hipocrisia corporativa, chamando a atenção para a distância entre as declarações públicas de compromisso com o meio ambiente e as ações reais de enfrentamento à crise socioclimática. Essa crítica às grandes corporações se conecta à crítica mais ampla ao sistema capitalista, reforçando a necessidade de mudanças estruturais no modo como as empresas operam e como o capitalismo se organiza em torno da exploração de recursos naturais.

Ou seja, o *greenwashing* exemplifica como o poder corporativo é discursivamente, manipulando a percepção pública ao promover uma imagem ilusória de responsabilidade ambiental. As empresas e governos, através de discursos de legitimação, evitam mudanças sistêmicas enquanto capitalizam a noção de sustentabilidade para manter suas práticas insustentáveis.

Da análise e mapeamento da hashtag *#greenwashing* (*#lavagemverde*), chegamos às seguintes metáforas conceituais: GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É LOGRO; GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É DESASTRE AMBIENTAL; GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É FALSA SUSTENTABILIDADE; GREENWASHING/LAVAGEM VERDE É DISFARCE DE SUSTENTABILIDADE;

As metáforas conceituais acima associadas à lavagem verde visam desconstruir a ilusão de que ações superficiais podem efetivamente mitigar os danos ambientais. Tal crítica não apenas alerta o público sobre a superficialidade de iniciativas corporativas, mas também se conecta com a urgência de um ativismo genuíno, rejeitando soluções 'fáceis' e manipuladoras.

No que concerne à relação das metáforas conceituais com os frames relacionados ao *greenwashing*, apontamos alguns mais marcantes: manipulação, chegar_a_acreditar; cenário_de_mudança_de_consciência; chamar_a_atenção, causar_mudança; convencer; circunstâncias_contrárias; conduta, finalidade, redirecionar, estar_em_alerta, economia, tentar_persuadir; influência_subjetiva, persuasão, percepção_ativa, modelo_político_econômico, questionar.

Pelas discussões suscitadas em nosso penúltimo capítulo, concluímos que as hashtags discutidas, *#uprootthesystem*, *#descolonizeosistema* e *#greenwashing* (*#lavagemverde*), demonstram a eficácia do uso de metáforas conceituais no ativismo climático digital. Ao simplificar conceitos complexos e tornar mais acessível a crítica às estruturas socioeconômicas e às práticas corporativas insustentáveis, tais hashtags/expressões e metáforas conceituais ajudam a construir, sob novos frames, um discurso que desempenha um papel crucial na formação de uma narrativa mais ampla sobre a responsabilidade coletiva na luta contra a degradação ambiental e as injustiças sociais.

Por fim, o Capítulo 10 e último capítulo de nossa tese buscou agregar as questões debatidas até então, a partir da exemplificação de posts nos quais as hashtags e aspectos discursivos interseccionais e polarizadores destacaram-se. Os posts focaram-se especificamente no Instagram, nas páginas do movimento *Fridays for Future* e da ativista Greta Thunberg.

A preseça inevitável da interseccionalidade e da transdisciplinaridade em nossos *corpora* evidenciou como as questões climáticas não podem ser dissociadas das desigualdades sociais. Assim, promovemos uma reflexão sobre a urgência de abordagens inclusivas que considerem as diversas realidades das populações mais afetadas pela opressão econômica e degradação ambiental.

Considerando as hashtags *#uprootthesystem*, *#theresnoplanetB* e *#peoplenotprofit* exploramos a interseccionalidade entre as crises climática e social. Embora a multimodalidade não tenha sido o foco de nosso trabalho, também consideramos as imagens e os elementos visuais como ferramentas significativas que contribuíram para a construção de discursos e narrativas no contexto do ativismo climático virtual.

Além de *#uprootthesystem*, outras hashtags que emergiram como expressões virais que têm mobilizado a conscientização coletiva (*#descolonizeosistema*) foram *#peoplenotprofit* (*#pessoasacimadolucro*) e *#theresnoplanetB* (*#nãoháplanetaB* ou *#nãoexisteplanetaB*), levando a entender que a degradação ambiental é diretamente ligada a um modelo econômico que prioriza o lucro em detrimento da vida.

Essas expressões não apenas articulam a gravidade da Emergência Climática, mas também fazem um apelo emocional, instigando a ação e a responsabilidade coletiva. Através de uma análise compósita, observa-se que essas hashtags não só promovem a conscientização, mas também incentivam um ativismo mais amplo que busca uma transformação social e ambiental integrada, ressaltando que a luta pela justiça climática é, em última análise, uma luta por justiça social.

A hashtag *#theresnoplanetB*, especialmente, desempenha um papel crítico ao enfatizar a urgência da situação climática, questionando a viabilidade de um "plano B" diante de um iminente colapso climático global. Essa mensagem ressoa com a inação política, revelando como essa negligência impacta mais severamente as populações vulneráveis. Além disso, a metáfora conceitual O PLANETA É UM PACIENTE ilustra a necessidade de uma abordagem cuidadosa e imediata, sugerindo que a saúde do planeta deve ser uma prioridade em agendas políticas e sociais.

Como fechamento de nosso objetivo inicial de propor metáforas conceituais em torno da problemática da EC, defendendo a expressão como novo frame cognitivo, depreendemos um conjunto de metáforas conceituais tendo a Emergência Climática como domínio-alvo. Da extensa lista de MCs, destacamos as seguir: A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É A DESTRUIÇÃO DO PLANETA; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CONSEQUÊNCIA DA AÇÃO ANTRÓPICA; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É A NEGAÇÃO DE UM FUTURO AOS JOVENS; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CRISE POLÍTICA; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É DANO AOS PAÍSES MAIS POBRES; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É CONFRONTO POLÍTICO; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É VETOR DE INJUSTICA SOCIOAMBIENTAL; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É AMEAÇA AO FUTURO; A EMERGÊNCIA CLIMÁTICA É DENÚNCIA DOS MEIOS DE PRODUÇÃO CAPITALISTAS.

Ao longo de nosso trabalho buscamos, pelas premissas básicas dos Estudos Críticos do Discurso e mais especificamente da Análise Crítica do Curso, demonstrar a transdisciplinaridade e a interdiscursividade entre os *corpora*, juntamente à interseccionalidade dos temas debatidos, através dos

gêneros textuais hashtags e posts como ferramentas discursivas impulsionadoras de debates, conceitos, modelos mentais e enquadramentos em redes sociais de alcance mundial.

Finalmente, as metáforas conceituais que emergiram dos mapeamentos e dos novos enquadramentos confirmaram a relação das hashtags e frames listados na análise quantitativa sob o domínio semântico *Mudança de sistema/ Repensar meios de produção e consumo*, no qual apareceram em maior número, seguido de *Fatos científicos*, *Ativismo político da juventude* e *Confronto político*.

Assim concluímos que as postagens analisadas, ao utilizarem hashtags como estratégias retóricas, fortalecem o ativismo juvenil como resposta crítica à degradação climática e ambiental promovida pelo capitalismo. Nesse contexto, a renomada ativista Greta Thunberg e o movimento *Fridays for Future* têm se destacado globalmente, mobilizando milhões de pessoas através de discursos que evocam solidariedade e ação coletiva.

Nossas análises apresentaram a Emergência Climática como um frame cognitivo que não apenas denuncia a ampliação das desigualdades sociais e ambientais, mas também propõe novos caminhos de transformação social. Portanto, o ativismo climático foi apontado como um esforço coletivo e multidimensional que busca não apenas a conscientização, mas também a mudança sistêmica necessária para enfrentar os desafios globais atuais.

Nesse sentido, os estudos linguísticos podem desempenhar um papel fundamental, ao buscarem compreender como moldamos nossas formas de pensamento, valores, crenças e comportamentos no que concerne ao meio ambiente. Stibbe (2015, p. 183) defende que:

Given the current trajectory of increasing inequality, over-consumption and waste, profound changes are needed to hold back or reverse the tide of ecological destruction. The scale of change required goes far beyond small technical fixes such as more efficient cars. It requires the emergence of a different kind of society, based on different stories. If that is not possible, if the stories we live by are too entrenched to be changed, then we will need new stories to survive by, as the earth becomes increasingly hostile to human life and the lives of countless other species.⁹⁷

97 Dada a atual trajetória do aumento da desigualdade, consumo excessivo e desperdício, são necessárias mudanças profundas para conter ou inverter a maré de destruição ecológica. A escala da mudança necessária vai muito além de pequenas soluções técnicas, como carros

Dessa forma, entendemos que os processos de novos enquadramentos e recursos retóricos como estratégias de manipulação discursiva são temas que merecem atenção, pois envolvem aspectos ideológicos que acabam por influenciar a opinião pública e as decisões políticas.

Por conseguinte, consideramos que a (re)formulação de determinados frames pode contribuir para a comunicação de fatos científicos de maneira mais tangível ao público em geral, atuando na subjetividade dos nossos processos cognitivos, buscamos mostrar como estes processos podem conscientizar um maior número de indivíduos, acentuando a necessidade de ações urgentes a favor de políticas públicas de mitigação dos danos causados pelo aquecimento global.

Assim optamos pelo diálogo entre as abordagens teórico-metodológicas da Análise Crítica do Discurso, da Análise Positiva do Discurso, da Linguística Cognitiva, da Pragmática e da Ecolinguística, sob o viés dos Estudos Críticos do Discurso e da Metáfora, tendo em vista a não neutralidade do pesquisador.

Para tanto, também se fez necessário abordar alguns conceitos básicos da Semântica de Frames e da Teoria dos Atos de Fala, uma vez que nosso debate partiu de narrativas mais globais, abrangentes, para *corpora* mais específicos, no contexto do ciberativismo dos jovens contra os inúmeros fatores que vêm impulsionando severamente o aquecimento global.

O enquadramento da Emergência Climática e sua proposta de reconhecimento como novo frame cognitivo demonstra a grande relevância e preocupação quanto às consequências interseccionais da crise climática a nível mundial, o que corrobora com Lakoff (2010), quando o autor defende que novos enquadramentos precisam ser estabelecidos para ampliar o debate público e acessível sobre questões de relevância social.

Com isso entendemos que esta tese apresentou temas cujas interfaces podem contribuir para os diversos vieses pelos quais a Emergência Climática é comunicada e percebida, atualmente perspectivada pelo frame de urgência de

mais eficientes. Requer a emergência de um tipo diferente de sociedade, baseada em narrativas diferentes. Se isso não for possível, se as histórias pelas quais vivemos estão demasiado arraigadas para serem alteradas, então precisaremos de novas histórias para sobreviver, à medida que a Terra se torna cada vez mais hostil à vida humana e à vida de inúmeras outras espécies (tradução nossa).

ações de mitigação dos fatores responsáveis pelo aquecimento global e pela degradação ambiental. Os processos de *framing*, assim como as construções metafóricas atreladas aos discursos, revelam ideologias, posicionamentos políticos e formas diversas de se apreender e lidar com a questão, que já é amplamente discutida tanto no âmbito científico como na esfera social.

Por este estudo compósito, buscamos discutir temas como: o desenvolvimento de novos processos de *framing* e metáforas conceituais, repensando novos conceitos que reflitam uma visão subjetiva mais crítica, ecológica e menos consumista; a promoção de narrativas alternativas, que inspirem um senso de conexão com a natureza e responsabilidade para com o planeta; a desconstrução de discursos dominantes, nocivos ao meio ambiente; a contestação de estratégias publicitárias manipuladoras, a exemplo da lavagem verde; a amplificação de vozes subjugadas historicamente e a justiça climática; e, por fim, maior atenção a movimentos ambientalistas e às gerações futuras, através da figura da jovem Greta Thunberg.

Com base nos resultados observados, pretendemos futuramente explorar em outros trabalhos a multimodalidade e as metáforas multimodais observadas em diversos gêneros discursivos, como posts, fotos, emojis, quadrinhos, cartuns, entre outros, que envolvam a problemática da Emergência Climática. Consideramos este tema um terreno bastante fértil no estudo compósito de *corpora* multimodais, permitindo uma compreensão mais abrangente e holística dos fenômenos comunicativos.

Desta forma, acreditamos que a abordagem transdisciplinar e crítica é fundamental para desvelar a complexidade da comunicação humana em ambientes cada vez mais mediados por tecnologias digitais, onde as fronteiras entre os modos de comunicação se tornam cada vez mais difusas. Por isso, no caso de pesquisas em linguagens e discurso, defendemos o posicionamento crítico do pesquisador, partindo do pressuposto teórico básico defendido neste trabalho de que todo discurso implica práticas sociais, pelas quais as relações de poder e processos de transformação estão intimamente vinculadas.

Referências Bibliográficas

- Abbamonte, L. (2022). Critical discourse analysis and positive discourse analysis – commonalities and differences. In Abbamonte, L.; Cavaliere F. (eds.) *Updating Discourse/s on Method/s, mediAzioni* v. 34, p. 55-76.
- Almeida, M. C. (2019). Metáforas Multimodais em painéis políticos: abordagem cognitiva de suportes texto-imagem nos média. In Cavalcante, S.; Militão, J. (orgs.) *Linguagem e Cognição: desafios e perspectivas contemporâneas*. Mercado de Letras. p. 291-308.
- Almeida, M. C.; Furtado, R.; Blanco-Carrión, O. (eds). (2024-no prelo). *The Rhetorical Mind: current issues*. Amsterdam: J. Benjamins [no prelo].
- Almeida, M. E. C. (2018) *Metáforas Multimodais da Água em Campanhas do WWF*. Tese de mestrado em Cultura e Comunicação. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Alves, M. A. S. (2017). A cibercultura e as transformações em nossas maneiras de ser, pensar e agir. In Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (Orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã. p. 169-180.
- Aquino, Z. G. O.; Palumbo, R.; Bentes, A. C. (2019). Frames e Argumentação: analisando o pronunciamento de Michel Temer pós-impeachment de Dilma Rousseff. *(Con)textos Linguísticos*. v.13, p. 117-134.
- Areia N.; Intrigliolo, D.; Tavares, J.; Mendes, J. M. & Sequeira, M. D. (2019). The role of media between expert and lay knowledge: A study of Iberian media coverage on climate change. *Science of the Total Environment*, 682, p. 291-300.
- Arnáiz, S. M.; Filardo-Llamas, L. (2020) Llamamientos feministas en Twitter: ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huega del 8M y la manifestación contra la sentencia de “La Manada.” *Dígitos: Revista de Comunicación Digital*. v. 6, p. 55-78.
- Austin, J. (1962). *How to do things with words*. 2 ed. Oxford University Press.
- Authier-Revuz, J. (2004). Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso. In AUTHIER-REVUZ, J. *Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido*. Porto Alegre: EDIPUCRS. p. 11-80.
- Barbieri, A. F; Viana, R. M. (2013). Respostas Urbanas às mudanças climáticas: construção de políticas públicas e capacidades de planejamento. In Ojima, R.; Marandola Jr., Eduardo. (orgs.) *Mudanças Climáticas e as cidades*:

novos e antigos debates na busca da sustentabilidade urbana e social. São Paulo: Blucher. p. 60-73.

Bakhtin, M. (1990). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 5. ed. São Paulo: Hucitec.

Bakhtin, M. (2003). *Estética da criação verbal*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes.

Baum L. (2012). It's Not Easy Being Green ... Or Is It? A content analysis of environmental claims in magazine advertisements from the United States and United Kingdom. *Environ Commun.* 6(4), p. 423-440.

Bartlett, T. Positive Discourse Analysis. (2018). In Flowerdew, J.; Richardson J. E. (orgs.) *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. London and New York: Routledge.

Barton, D. (2015). Tagging on Flickr as a social practice. In Jones, H.; Chik, A.; Hafner, C. A. *Discourse and Digital Practices*. Doing discourse analysis in the digital age. Routledge.

Bednarek, M.; Ross, A. S.; Boichak, O.; Doran, Y. J.; Carr, G.; Altmann, E. G.; Alexander, T. J. (2022) Winning the discursive struggle? The impact of a significant environmental crisis event on dominant climate discourses on Twitter. *Discourse, Context & Media*, v. 45, Elsevier. p. 1-13.

Berry, T. (1988). *The Dream of the Earth*. San Francisco: Sierra Club.

Blackmore, E.; Holmes, T. (2013). *Common cause for nature: values and frames in conservation*. Machynlleth, Wales: Public Interest Research Centre.

Blanco-Carrión, O. (2006). Framenet as a corpus tool for the learning of second languages and for the lexical awareness of one's first language. *Porta Linguarum*, 6, p. 67-76.

Bounegru, L.; Forceville, C. (2011). Metaphors in editorial cartoons representing the global financial crisis. *Visual Communication*. v. 10, p. 209-229.

Boykoff, M. T.; Goodman, M. K.; Curtis, I. (2009). Cultural Politics of Climate Change: Interactions in Everyday Spaces. In Boykoff M. T. (Ed.). *The politics of climate change: a survey*. Routledge. p. 136-154.

Boykoff, M. T. (2011). *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change*. Cambridge University Press.

Cárdenas-Neira, C.; Pérez-Arredondo, C. (2022). Polarization and the Educational Conflict: A Linguistic and Multimodal Approach to the Discursive (Re)construction of the Chilean Student in the Mainstream Media and

Facebook. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E. & Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge. p. 174-191.

Cardoso, A. I. B. (2016) *Cegueira Falada – Imagens Metafóricas em Tradução do Alemão para o Português Europeu*. Tese de mestrado em Tradução. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Zahar.

Charteris-Black, J. (2014) *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Delmas M. & Burbano V. (2011). The drivers of greenwashing. *Calif Manag Rev.* 54(1), p. 64–87.

Domínguez, M.; Moreno-Tarín, S. & Pina, T. (2022). Unicorns, donkeys and elephants: the battle on climate change in the United States of America as reflected in cartoons. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E. & Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge, p. 215-234.

Elmerot, I. (2022). Constructing “Us” and “Them” through conflict – Muslims and Arabs in the news 1990-2018. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E. & Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge, p. 122-136.

Fairclough, N. (1992b). *Critical language awareness*. London: Longman.

Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. 2^a Ed. Malaysia: Longman.

Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge.

Fillmore, C. (1985) Frames and the semantics of understanding. *Quaderni di Semantica*, 6(2), p. 222-254.

Fillmore, C. Scenes and Frame Semantics. (1977). In Zampolli A. (Org.) *Linguistic Structure Processing*. v.5. North Holland Publishing Company.

Fillmore, C.; Baker, C. (2009). A frame approach to semantic analysis. In Heine, B.; Narrog, H. (Orgs). *The Oxford Handbook of Linguistic Analysis*. Oxford: Oxford University Press, p. 313-339.

Flottum, K. (org). (2017) *The Role of Language in the Climate Change Debate*. New York and London: Routledge.

Forceville, C. (2006). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. In Kristiansen G., Achard M., Dirven R. and Ibáñez F. R. M. (eds.), *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter. p. 379-402.

Forceville, C.; Urios-Aparisi, E. (eds). (2009). *Multimodal Metaphor*. Berlin: De Gruyter.

Forceville, C.; Jeulink, M. (2011) The flesh and blood of embodied cognition. The Source-Path-Goal schema in animation films. *Pragmatics & Cognition*, 19:1. John Benjamins Publishing Company, p. 37-59.

Forceville, C. (2020). *Visual and Multimodal Communication. Applying the Relevance Principle*. New York: Oxford University Press.

Giddens, A. (2009). *The Politics of Climate Change*. Cambridge: Polity Press.

Gouveia, C. A. M. (1996). Pragmática. In *Introdução à Linguística Geral e Portuguesa*. Faria, I. H.; Pedro, E. R.; Duarte, I.; Gouveia, C. A. M. (orgs.). Lisboa: Caminho. p. 383-419.

Humphreys, S. (2013). Bonofan: The role of intertextuality in mobilising social action. In C. A. M. Gouveia; M. F. Alexandre (eds.), *Languages, metalanguages, modalities, cultures: Functional and socio-discursive approaches*. Lisbon: BonD. p. 155 -176.

Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago. The University of Chicago Press.

Jones, H.; Chik, A.; Hafner, C. A. (2015). *Discourse and Digital Practices*. Doing discourse analysis in the digital age. Routledge.

Koteyko, N; Nerlich, B.; Hellsten, L. (2017). *Climate change communication and the internet*. New York: Routledge.

Kövecses, Z. (2006). *Language, Mind and Culture: a practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Kövecses, Z. (2020). An extended view of conceptual metaphor theory. *Review of Cognitive Linguistics*. 18:1. John Benjamins Publishing Company. p.112-130.

Kövecses, Z. (2020). *Extended Conceptual Metaphor Theory*. Cambridge University Press.

Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*. University of Chicago Press.

Lakoff, G. (2004). *Don't think of an elephant*. White River Junction: Chelsea Green Publishing.

Lakoff, G.; Johnson M. ([1980]2003). *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press.

Lakoff, G.; Johnson M. (1999). *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought*. New York: Basic Books.

Lakoff, G. (2010). Why it Matters How We Frame the Environment. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 4:1, p. 70-81.

Latouche, S. (2011). *Vers une société d'abondance frugale: Contresense et controverses sur la décroissance*. Paris: Fayard.

Le Breton, D. (2015). Adolescência e comunicação. (traduzido do francês por Berni, J. T.). In Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (2017) (orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã.

Lejeune, P. (2024). How the use of frames and figurative language hampers understanding of science by lay people in IPCC's 5th Assessment Report. In Almeida, M. C.; Furtado, R.; Blanco-Carrión, O. (eds). *The Rhetorical Mind: current issues*, Amsterdam: J. Benjamins [no prelo]. p. 154-178.

Lima, J. P. *Pragmática Linguística*. Lisboa: Colibri. 2007.

Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (2017). (orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã.

Lovelock, J. (2006). *The revenge of Gaia: earth's climate in crisis and the fate of humanity*. New York: Basic Books.

Luke, A. (2002). Beyond science and ideology critique: Developments in critical discourse analysis. *Annual Review of Applied Linguistics*, v. 22, p. 96-110.

Filardo-Lamas, L. (2022). From the War on Covid-19 to Political Wars: Metaphors as a Mechanism of Polarization in the Early Stages of the 2020 Pandemic. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E. & Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge, p. 192-212.

Hardt & Negri (2005) apud Alves, M. A. S. (2017). A cibercultura e as transformações em nossa maneira de ser, pensar e agir. p.169-180. In Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (2017). (orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã.

Hoffman, A. J. (2015). *How Culture Shapes the Climate Change Debate*. Standford: Standford University Press.

Marcuschi, L.A. (2007). *Cognição, linguagens e práticas interacionais*. Rio de Janeiro: Lucerna.

Malini, F. & Antoun, H. (2013). *A internet e a rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Sulina.

Martin, J. R. (2004). Positive Discourse Analysis: solidarity and change. *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, v. 49, p. 179-200.

Mateus, S. (2020). Porous Frontiers: priming as an extension of agenda setting and framing as a complementary approach. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, v.10, Universidade da Madeira, p. 19-35.

Medeiros, W. S. (2020). *#MarielleFranco: Estudo da utilização das Hashtags como ferramenta de mobilização no contexto do ciberativismo*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Portugal.

Moore, R; Verity, A. (2014). *Hashtag Standards for Emergencies*. United Nations Office for the coordination of humanitarian affairs: OCHA Policy and Studies series.

Negrea-Busuioc, E. (2017). Leading the war at home and winning the race abroad: metaphors used by President Obama to frame the fight against Climate Change. In Ervas, F.; Gola, E. Rossi, M. (orgs.). *Metaphor in Communication, Science and Education*. Ed. Walter de Gruyter GmbH & Co KG. p. 119-133.

Nerlich, B.; Jaspal, R. (2012). Metaphors we die by? Geoengineering, metaphors, and the argument from catastrophe. *Metaphor and Symbol*, v. 27(2), p. 131-47.

Netto, S. V. F.; Sobral, M. F. F.; Ribeiro, A. R. B.; Soares, G.R. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32:1, p. 1-13.

Nisbet, M. C. (2009). Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51:2, p. 12-23.

Pais, J. M. (2017). Os jovens no mundo Ñanduti Guazú: culturas digitais e conectividades culturais. In Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (2017) (orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã. p. 47-56.

Palumbo, R.; Aquino, Z. G. O.; Silva, A. C. B. (2019). Frames e argumentação: analisando o discurso presidencial de Michel Temer pós-impeachment de Dilma Rousseff. *(Con)textos linguísticos – Linguística Textual e Análise da*

Conversação: conceitos e critérios de análise, 13 (25). Universidade Federal do Espírito Santo. p. 117-134.

Ponte, C. (2017). Crescendo entre culturas digitais nas últimas décadas. In Lima, N. L., Stengel, M., Nobre, M. R., Dias, V. C. (orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã. p. 33-45.

Pragglejaz Group (2007). *MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 22(1), p. 1-39.

Ribeiro, C. B. (2015). *Gêneros Discursivos e Atos de Fala no Facebook: uma análise de posts e memes relacionados às eleições para a presidência do Brasil em 2014*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Portugal.

Ribeiro, C. B. (2020). Facebook e Ativismo Político: o caso da Primavera Secundarista. In Paiva, F. J. O.; Lima, A. M. P. (orgs.) *Pesquisas em Análise do Discurso, Multimodalidade & Ensino: debates teóricos e metodológicos*. v.3., Pedro & João Ed. p. 113-123.

Ribeiro, C. B.; Almeida, M. C. (2021). “Passando a boiada”: aspectos dialógicos e interdiscursivos em textos relacionados ao discurso do Ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles. *Revista de Estudos da Linguagem*. v. 29 (4), Universidade Federal de Minas Gerais. p. 1-32.

Ribeiro, C. B. (2022) Is climate change a war or are we uprooting the system? Framing conceptual metaphors in the climate emergency discourse. *REDIS: Revista de Estudos do Discurso*, v. 11, Universidade do Porto. p. 213-240.

Ribeiro, C. B.; Almeida, M. C. (2023). *Apocalyptic cartoons for COP27: a multimodal approach*. Comunicação apresentada na Conferência *Culture and Cognition in Language: CCL 3*, Rzeszów, Polônia.

Ribeiro, C. B.; Almeida, M. C. (2023). *Hashtags and Polarization: a critical analysis of Greta Thunberg’s cyberactivism for the acknowledgement of climate emergency*. Comunicação apresentada no 20th AILA World Congress: diversity and social cohesion in a globalized world: moving towards more engaged language studies, Lyon, França.

Ripple, W. J.; Wolf, C.; Newsome, T. M.; Barnard, P.; Moomaw, W. R. (2020). World Scientists’ Warning of a Climate Emergency. *BioScience*, Oxford, 70(1), p. 8-12.

Rogers, R. (2012). In the aftermath of a state takeover of a school district: A case study in public consultative discourse analysis. *Urban Education*, v. 20(10), p. 1-29.

Romano, M.; Porto, D. (2022). Framing CONFLICT in the Syrian Refugee Crisis: Multimodal representations in the Spanish and British Press. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E.; Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge. p. 153-173.

Salvador, V. (2022). The Social Debate on Energy Sources and Climate Change: Representations, Argumentation and the Emotional Dimension. In Filardo-Lamas, L.; Morales-López, E.; Floyd, A. *Discursive Approaches to Sociopolitical Polarization and Conflict*. London: Routledge. p. 235-252.

Sardinha, T. B. (2007). *Metáfora*. Parábola Editora.

Schmidt, L.; Delicado, A. (2014). (orgs). Ambiente, Alterações Climáticas, Alimentação e Energia: a opinião dos portugueses. *Colecção Observatórios ICS1*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa: ICS. Imprensa de Ciências Sociais.

Schmidt, L.; Truninger, M.; Guerra, J.; Prista, P. (2018). *Sustentabilidade: Primeiro Grande Inquérito em Portugal*. Imprensa de Ciências Sociais.

Searle, J. (1969). *Speech Acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

Searle, J. (1975a). Indirect Speech Acts. In Cole, P.; Morgan, J. L. (orgs.), *Speech Acts*. Academic Press. p. 59-82.

Searle, J. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Selby, D. (2008). Degrees of denial: as global heating happens should we be educating for sustainable development or sustainable contraction? In Satterthwaite, J.; Watts, M.; Piper, H. (eds). *Talking truth, confronting power*. Stroke on Trent: Trentham Books. p. 17-34.

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*.

Silva, R. H. A. (2014). (org.). *Ruas e redes: dinâmica dos protestosBR*. Autêntica.

Snow, D.; Benford, R. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. In Klandermans, B., Kriesi, H., Tarrow, S. (eds.). *From structure to action: Comparing Social Movement Research across cultures*. Greenwich, CT: JAI Press. p. 197-218.

Stengel, M.; Mineiro, E. O. (2017). Laços fortes ou fracos? Os adolescentes e os laços nas redes sociais. In Lima, N. L., Stengel, M.; Nobre, M. R.; Dias, V. C.

(Orgs). *Juventude e Cultura Digital: diálogos Interdisciplinares*. Artesã. p. 135-149.

Stibbe, A. (2014). An ecolinguistic approach to critical discourse studies. *Critical Discourse Studies*, v. 11(1), p. 117-128.

Stibbe, A. (2015). *Ecolinguistics: language, ecology and the stories we live by*. London and New York: Routledge.

Tagg, C. (2015). *Exploring Digital Communication: language in action*. London and New York: Routledge.

Tateishi E. (2017). Craving gains and claiming “green” by cutting greens? An exploratory analysis of greenfield housing developments in Iskandar Malaysia. *J Urban Af.* v. 40:3, p. 370-393.

Takahashi, B. et al. (2017). Exploring the Use of Online Plataforms for Climate Change Policy and Public Engagement by NGOs in Latin America. In Koteyko, N.; Nerlich, B.; Hellsten, L. (orgs.) *Climate Change Communication and the Internet*. London and New York: Routledge, p. 80-99.

van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*. 4(2), p. 249-83.

van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: a multidisciplinary approach*. London: SAGE.

van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context: A Socio-Cognitive Approach*. Cambridge University Press.

van Dijk, T. A. (2010). Discurso, conocimiento, poder y política: hacia un análisis crítico epistémico Del Discurso. *Revista de Investigacion Lingüística*, Universidad de Murcia, nº 13, p. 167-215.

van Dijk, T. A. (2016). Análise Crítica do Discurso. (traduzido por Natale, R.; Tomazi, M. M.; Rocha, L. H. P.). In Tomazi, M., M.; Rocha, L. H. P.; Pompeu, J. C. (orgs.). *Estudos Linguísticos em Diferentes Perspectivas: mídia, sociedade e direito*. São Paulo: Terracota. p.19-42.

van Dijk, T. A. (2016). Critical Discourse Studies: a sociocognitive approach. In Wodak, R; Meyer, M. (2016). (orgs.). *Methods of Discourse Studies*. 3º ed. London, California, New Delhi, Singapore: SAGE Publications. p. 62-85.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. In Veron, E.; Arfurch, L. et al. *El discurso político*. Buenos Aires: Hachette. p. 13-26.

Xiong, Y.; Cho, M.; Boatwright, B. (2018). *Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement*. Research Gate.

Wodak, R; Meyer, M. (2016). (orgs.). *Methods of Discourse Studies*. 3^o ed. London, California, New Delhi, Singapore: SAGE Publications.

Referências Webgráficas

Cambridge Dictionary. Disponível em: <Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus>. Acesso em: jun. 2024.

Collins English Dictionary. Disponível em: <Collins English Dictionary | Definitions, Translations, Example Sentences and Pronunciations (collinsdictionary.com)>. Acesso em: jun. 2024.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <Dicionário Priberam da Língua Portuguesa>. Acesso em: jun. 2024.

Dicionário Informal. Disponível em: <Dicionário Online - Dicionário inFormal (dicionarioinformal.com.br)>. Acesso em: jun. 2024.

Framet. Universidade de Berkeley, Califórnia. Disponível em: <Welcome to FrameNet! | fndrupal (berkeley.edu)>. Acesso em: ago. 2023.

FrameNet Brasil. Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <Webtool 3.7 [FNBr] (ufjf.br)>. Acesso em: ago. 2023.

Fridays for Future. Non-Governmental Organization. (n.d). [Website]. Disponível em: <<https://fridaysforfuture.org/>>. Acesso em: jul. 2023.

Fridays for Future. [@fridaysforfuture]. Posts [Instagram profile]. Disponível em: <<https://instagram.com/fridaysforfuture/>>. Acesso em: jul. 2023.

Fridays for Future Brasil. [@fridaysforfuture]. Posts [Instagram profile]. Disponível em: <<https://instagram.com/fridaysforfuturebrasil/>>. Acesso em: jul. 2023.

Infopédia. Dicionários Porto Editora. Disponível em: <infopedia.pt - Porto Editora>. Acesso em: jun. 2024.

Léxico. Dicionário de Português Online. Disponível em: <Dicionário de Português Online - Léxico.pt (lexico.pt)>. Acesso em: jun. 2024.

Macmillan English Dictionary. Disponível em: <Dictionary (macmillanenglish.com)>. Acesso em: jun. 2024.

Merriam-Webster Dictionary. Disponível em: <Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary>. Acesso em: jun. 2024.

Michaelis. Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em: <Sobre o dicionário | Michaelis On-line (uol.com.br)>. Acesso em: jun. 2024.

Montavalli, J. (2011). A history of greenwashing: how dirty towels impacted the green movement. *Daily Finance*. Disponível em: <A History of Greenwashing: How Dirty Towels Impacted the Green Movement - DailyFinance (archive.org)>. Acesso em: jun. 2024.

Mori, 2014. Global trends survey environment. *Ipsos Mori*. Disponível em: <<http://www.ipsosglobaltrends.com/environment.html>>. Acesso em: jul. 2024.

Oxford Languages. *Word of the Year 2019*. Oxford University Press. Disponível em: <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2019/>>. Acesso em: jul. 2023.

Oxford Learner's Dictionary. Disponível em: <Oxford Learner's Dictionaries | Find definitions, translations, and grammar explanations at Oxford Learner's Dictionaries (oxfordlearnersdictionaries.com)>. Acesso em: jun. 2024.

TerraChoice. (2010). *The sins of greenwashing: home and family edition*. Disponível em: <<http://sinsofgreenwashing.org/fndings/the-seven-sins/>>. Acesso em: jun. 2024.

Thunberg, G. [@gretathunberg]. (n.d). Posts [Instagram profile]. Disponível em: <<https://instagram.com/gretathunberg/>>. Acesso em: jul. 2023.

Thunberg, G. (2019). *Greta Thunberg's Speech at the UN Climate Action summit*. Nova York. Disponível em: <'How dare you': Greta Thunberg's powerful speech to the UN – Just International (just-international.org)>. Acesso em: jul 2023.

Thunberg, G. (2019). Veja na íntegra o discurso de Greta Thunberg nas Nações Unidas. *ONU News*. Disponível em: <Veja na íntegra o discurso de Greta Thunberg nas Nações Unidas | ONU News>. Acesso em: jul. 2023.

Thunberg, G. (2019). *Greta Thunberg's Speech at the UN COP25*. Madrid. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2019/12/1697531>>. Acesso em: jul 2023.

What is FrameNet? Disponível em: <What is FrameNet? | fndrupal (berkeley.edu)>. Acesso em: dez. 2021.

ANEXOS

Anexo I – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg no *United Nations Summit (2019)*, Nova York. ¹

“My message is that we will be watching you. This is all wrong. I shouldn't be up here. I should be back in school, on the other side of the ocean. Yet you all come to us young people for hope? How dare you? You have stolen my dreams and my childhood with your empty words. And yet I am one of the lucky ones. People are suffering. People are dying. Entire ecosystems are collapsing. We are in the beginning of a mass extinction. And all you can talk about is money and fairy tales of economic growth. How dare you!

For more than 30 years the science has been crystal clear. How dare you continue to look away, and come here saying that you are doing enough, when the politics and solutions needed are still nowhere in sight.

You say you hear us and that you understand the urgency. But no matter how sad and angry I am, I do not want to believe that. Because if you really understood the situation and still kept on failing to act, then you would be evil. And that I refuse to believe. The popular idea of cutting our emissions in half in 10 years only gives us a 50% chance of staying below 1.5C degrees, and the risk of setting off irreversible chain reactions beyond human control.

50% maybe is acceptable to you. But those numbers do not include tipping points, most feedback loops, additional warming hidden by toxic air pollution or the aspects of equity and climate justice. They also rely on my generation sucking hundreds of billions of tons of your CO₂ out of the air with technologies that barely exist. So of 50% risk is simply not acceptable to us – we who have to live with the consequences.

To have a 67% chance of a staying below a 1.5C global temperature rise, the best odds given by the IPCC, the world had 420 gigatons of CO₂ left to emit back on January 1st, 2018. Today that figure is already down two less than 350 gigatons. How dare you pretend that this can be solved with business-as-usual

¹ Versão original disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KAJsdgTPJpU>>. Acesso em: jul. 2023.

and some technical solutions? With today's emissions levels, that remaining CO₂ budget will be entirely gone within less than eight and a half years.

There will not be any solutions or plans presented in line with these figures here today. Because these numbers are too uncomfortable. And you are still not mature enough to tell it like it is.

You are failing us. But the young people are starting to understand your betrayal. The eyes of all future generations are upon you. And if you choose to fail us, I say we will never forgive you. We will not let you get away with this. Right here, right now is where we draw the line. The world is waking up. And change is coming, whether you like it or not.

Thank you.”

Versão original traduzida e adaptada: ²

“Minha mensagem para os líderes internacionais é de que nós estaremos de olho em vocês. Isto está completamente errado. Eu não deveria estar aqui. Eu deveria estar na minha escola, do outro lado do oceano. E vocês vêm até nós, jovens, para pedir esperança. Como vocês se atrevem? Vocês roubaram meus sonhos e minha infância com suas palavras vazias. E ainda assim, eu tenho que dizer que sou uma das pessoas com mais sorte. As pessoas estão sofrendo e estão morrendo. Os nossos ecossistemas estão morrendo. Nós estamos vivenciando o começo de uma extinção em massa. E tudo o que vocês fazem é falar de dinheiro e de contos de fadas sobre um crescimento econômico eterno. Como vocês se atrevem?

Por mais de 30 anos, a ciência tem sido muito clara. Como vocês se atrevem a continuar ignorando isto? E como se atrevem a vir aqui e dizer que estão fazendo o suficiente? Quando sabemos que as políticas e as soluções necessárias não são sequer vistas?

Vocês dizem que estão nos escutando e que compreendem a urgência. Mas não importa o quão triste e furiosa eu esteja, eu não quero acreditar no que

² Versão original traduzida disponível em: <'How dare you': Greta Thunberg's powerful speech to the UN – Just International (just-international.org)>. Acesso em: jul. 2023.

dizem. Se vocês realmente entendem o que está acontecendo e continuam falhando em agir, vocês seriam um mal. E eu me recuso a acreditar nisso. A proposta de cortar as nossas emissões pela metade em 10 anos, apenas nos dá uma chance de 50% de ficar abaixo da marca de 1.5°C e existe um risco de desencadear reações em cadeia irreversíveis que fogem do controle humano.

50% pode ser aceitável para vocês. Mas estes números não incluem outros pontos como *feedback*, lacunas e um aquecimento adicional causado pela poluição tóxica do ar ou aspectos de equidade e justiça climáticas. Estes números também fazem com que a minha geração seja obrigada a ter que retirar centenas de bilhões toneladas de dióxido de carbono do ar, causadas por vocês, e usando tecnologias que sequer existem. Então, 50% simplesmente não são aceitáveis. Nós teremos que viver com as consequências.

Para uma chance de 67% de continuarmos abaixo da marca de 1.5°C do aumento global da temperatura, no melhor cenário do relatório do IPCC, o mundo teria 420 toneladas giga de emissões de dióxido de carbono para emitir, até 1 de janeiro de 2018. Hoje, este número já caiu para 350 toneladas giga. Como vocês se atrevem a pensar que isto pode ser resolvido sem mudar nada? Ou através de algumas soluções técnicas? Com os níveis atuais de emissões, os créditos de carbono acabariam inteiramente em apenas 8 anos e meio.

Não haverá nenhuma solução ou plano apresentados com base nestes números que trago aqui hoje. Porque estes números são bem desconfortáveis e vocês não têm a maturidade suficiente para abordar este tema como ele realmente é.

Vocês estão falhando conosco. Mas os jovens estão começando a entender sua traição. Os olhos de todas as gerações futuras estão sobre vocês. E se vocês escolherem falhar conosco, eu digo: nós jamais perdoaremos vocês. Nós não vamos deixar vocês fazerem isso. É aqui e agora que nós colocamos um limite. O mundo está despertando. E a mudança está chegando, quer vocês queiram ou não.

Obrigada.”

Anexo II – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg na COP25 (2019), Madri. ³

“A year and a half ago, I didn’t speak to anyone unless I really had to, but then I found a reason to speak. Since then, I’ve given many speeches and learned that when you talk in public, you start with something personal or emotional to get everyone’s attention. Say things like, ‘our house is on fire, I wanted to panic or how dare you’.

But today I will not do that because then those phrases are all that people focus on. They don’t remember the facts. The very reason why I say those things in the first place, we no longer have time to leave out the science. For about a year I have been constantly talking about our rapidly declining carbon budgets over and over again. But since that is still being ignored, I will just keep repeating it.

In chapter two, on page 108 in the SR 1.5 IPCC report that came out last year, it says that if we ought to have a 67% chance of limiting the global temperature rise to below 1.5°C. We had on January 1, 2018, 420 gigatons of CO₂ left to emit in that budget. And of course, that number is much lower today as we emit about 42 gigatons of CO₂ every year including land use.

With today’s emissions levels, that remaining budget will be gone within about eight years. These numbers aren’t anyone’s opinions or political views. This is the current best available science. Though many scientists suggest these figures are too moderate, these are the ones that have been accepted through the IPCC, and please note that these figures are global and therefore do not say anything about the aspect of equity, which is absolutely essential to make the Paris Agreement to work on a global scale.

That means that richer countries need to do their fair share and get down to real zero emissions much faster and then help poorer countries do the same, so people in less fortunate parts of the world can raise their living standards.

³ Versão original disponível em: <Greta Thunberg full speech at UN Climate Change COP25 - Climate Emergency Event - YouTube>. Acesso: jul. 2023. Transcrição disponível em: <Greta Thunberg UN speech in FULL: Read climate activist’s COP25 climate change speech | Science | News | Express.co.uk>. Acesso: jul. 2023.

These numbers also don't include most feedback loops, nonlinear tipping points, or additional warming hidden by toxic air pollution.

Most models assume, however, that future generations will somehow be able to suck hundreds of billions of tons of CO₂ out of the air with technologies that do not exist in the scale required and maybe never will. The approximate 67% chance budget is the one with the highest odds given by the IPCC. And now we have less than 340 gigatons of CO₂ left to emit in that budget to share fairly.

Why is it so important to stay below 1.5°C? Because even at 1°C people are dying from the climate crisis. Because that is what the United Science calls for to avoid destabilizing the climates, so that we have the best possible chance to avoid setting off irreversible chain reactions such as melting glaciers polar ice, and thawing Arctic permafrost. Every fraction of a degree matters. So, there it is, again. This is my message. This is what I want you to focus on.

So please tell me, how do you react to these numbers without feeling at least some level of panic? How do you respond to the fact that basically nothing is being done about this without feeling the slightest bit of anger? And how do you communicate this without sounding alarmist? I would really like to know.

Since the Paris Agreement, global banks have invested US\$ 1.9 trillion in fossil fuels. One hundred companies are responsible for 71% of global emissions. The G20 countries account for almost 80% of total emissions. The richest 10% of the world's population produce half of our CO₂ emissions, while the poorest 50% account for just one-tenth. We indeed have some work to do but some more than others.

Recently, a handful of rich countries pledged to reduce their emissions of greenhouse gases by "so-and-so many percent", by "this or that date" or to become climate neutral or net zero in "so-and-so many years". This may sound impressive at first glance but even though the intentions may be good, this is not leadership.

This is not leading. This is misleading. Because most of these pledges do not include aviation, shipping, and imported and exported goods and consumption. They do, however, include the possibility of countries to offset their emissions elsewhere.

These pledges don't include the immediate yearly reduction rates needed for wealthy countries, which is necessary to stay within the remaining tiny budget. Zero in 2050 means nothing; if high emission continues even for a few years, then the remaining budget will be gone.

Without seeing the full picture, we will not solve this crisis. Finding holistic solutions is what the COP should be all about, but instead, it seems to have turned into some kind of opportunity for countries to negotiate loopholes and to avoid raising their ambition.

Countries are finding clever ways around having to take real action. Like double-counting emissions reductions and moving their emissions overseas and walking back on their promises to increase ambition or refusing to pay for solutions or loss of damage. This *has* to stop.

What we need is real drastic emission cuts at the source, but of course just reducing emissions is not enough. Our greenhouse gas emissions *has* to stop. To stay below 1.5°C we need to keep the carbon *in* the ground. Only setting up distant dates and saying things which give the impression of the action is underway will most likely do more harm than good because the changes required are still nowhere in sight. The politics needed does not exist today despite what you might hear from world leaders.

And I still believe that the biggest danger is not inaction. The real danger is when politicians and CEOs are making it look like real action is happening when in fact almost nothing is being done apart from clever accounting and creative PR.

I have been fortunate enough to be able to travel around the world. And my experience is that the lack of awareness is the same everywhere, not the least amongst those elected to lead us. There is no sense of urgency whatsoever. Our leaders are not behaving as if we were in an emergency.

In an emergency, you change your behavior. If there is a child standing in the middle of the road and cars are coming at full speed, you don't look away because it's too uncomfortable. You immediately run out and rescue that child.

And without that sense of urgency, how can we, the people, understand that we are facing a real crisis. And if the people are not fully aware of what is

going on, then they will not put pressure on the people in power to act. And without pressure from the people, our leaders can get away with basically not doing anything, which is where we are now. And around and around it goes.

In just three weeks. We will enter a new decade, a decade that will define our future. Right now, we are desperate for any sign of hope. Well, I'm telling you, there is hope. I have seen it, but it does not come from the governments or corporations. It comes from the people.

The people who have been unaware but are now starting to wake up. And once we become aware, we change. People can change. People are ready for change. And that is the hope because we have democracy and democracy is happening all the time. Not just on election day but every second and every hour. It is public opinion that runs the free world. In fact, every great change throughout history has come from the people. We do not have to wait. We can start the change right now.

We, the people.

Thank you.”

Versão original traduzida e adaptada:⁴

“Há um ano e meio, eu não falava com ninguém, a menos que realmente precisasse. Mas depois encontrei um motivo para falar. Desde então, fiz muitos discursos e aprendi que quando você fala em público, começa com algo pessoal ou emocional para atrair a atenção de todos. Dizer coisas como ‘nossa casa está pegando fogo’, ‘quero que você entre em pânico’ e ‘como se atreve’.

Mas hoje não vou fazer isso, porque senão essas frases são tudo no que as pessoas se concentram. Elas não se lembram dos fatos. O real motivo pelo qual eu digo estas coisas em primeiro lugar, nós não temos mais tempo para ignorar a ciência. No último ano, tenho falado constantemente sobre o rápido declínio dos limites de emissão de carbono. Mas como este fato continua sendo ignorado, continuarei repetindo.

⁴ Versão original traduzida disponível em: <Veja o discurso completo em português de Greta Thunberg na COP 25 | ONU News>. Acesso em: jul. 2023.

No capítulo 2, na página 108 do relatório SR1.5 do IPCC publicado no ano passado, diz que, para termos uma chance de 67% de limitar o aumento da temperatura global a 1,5°C, tínhamos 420 gigatons de CO₂ restantes até 1º de janeiro de 2018. Esse número, claro, é muito menor hoje, uma vez que emitimos 42 gigatons todos os anos, incluindo o uso da terra.

Com os níveis de emissões atuais, o limite será esgotado em cerca de 8 anos. Esses números não são opiniões de ninguém ou opiniões políticas, é a melhor ciência atualmente disponível. Embora muitos cientistas digam que esses números são demasiado moderados, são os que foram aceitos pelo IPCC e, por favor, observem que esses números são globais e, por conseguinte, não dizem nada sobre o aspecto da equidade, o que é absolutamente essencial para fazer o Acordo de Paris funcionar em escala global.

Isso significa que os países mais ricos precisam fazer sua parte, reduzir as emissões para zero muito mais rapidamente e, em seguida, ajudar os países mais pobres a fazerem o mesmo; assim, as pessoas nas partes menos afortunadas do mundo podem elevar seus padrões de vida. Esses números também não incluem a maioria dos ciclos de feedback, pontos não lineares de inflexão ou o aquecimento adicional oculto pela poluição tóxica do ar.

A maioria dos modelos pressupõe, no entanto, que as gerações futuras serão de alguma forma capazes de eliminar centenas de bilhões de toneladas de CO₂ do ar com tecnologias que ainda não existem na escala necessária e talvez nunca venham a existir. O limite de 67% é aquele com as maiores chances dadas pelo IPCC. E agora temos menos de 340 gigatons de CO₂ para emitir, o que deve ser compartilhado de forma justa.

E por que é tão importante permanecer abaixo de 1,5°C? Porque mesmo com o aumento de 1°C as pessoas estão morrendo devido à crise climática. Porque é isso que os cientistas pedem para evitar desestabilizar o clima, para que tenhamos a melhor chance possível de evitar reações em cadeia irreversíveis, como o derretimento de geleiras polares e do permafrost do Ártico. Cada fração de grau é importante. Então, aí está novamente. Esta é a minha mensagem. É nisso que eu quero que vocês se concentrem.

Então, por favor, digam-me como vocês reagem a esses números sem sentir pelo menos um pouco de pânico? Como reagem ao fato de que basicamente nada está sendo feito sem sentir o mínimo de raiva? E como falar sobre isso sem parecer alarmista? Eu realmente gostaria de saber.

Desde o Acordo de Paris, os bancos globais investiram US\$ 1,9 trilhões em combustíveis fósseis. Cem empresas são responsáveis por 71% das emissões globais. Os países do G20 representam quase 80% do total de emissões. Os 10% mais ricos do mundo produzem metade de nossas emissões de CO₂, enquanto os 50% mais pobres representam apenas um décimo. De fato, temos algum trabalho a fazer, mas alguns mais que outros.

Recentemente, alguns países ricos se comprometeram a reduzir suas emissões de gases de efeito estufa em aproximadamente 'tanto e tanto por cento', 'nessa ou naquela data', ou a tornarem-se neutros em termos de clima e com emissão líquida zero em 'tantos e tantos anos'. Isso pode parecer impressionante à primeira vista, mas mesmo que as intenções sejam boas, isso não é liderança.

Isso não é liderar, isso é enganar. Porque a maioria dessas promessas não inclui aviação, transporte marítimo, importação e exportação de bens e consumo. No entanto, incluem a possibilidade dos países desviarem suas emissões para outros lugares.

Essas promessas não incluem as taxas anuais de redução imediatas para os países ricos, necessárias para permanecerem dentro do pequeno limite restante. Zero em 2050 não significa nada se as altas emissões continuarem mesmo por poucos anos. Até lá, o limite restante se esgotará.

Sem ver o cenário completo, não resolveremos esta crise. Encontrar soluções holísticas é o objetivo da COP, mas, pelo contrário, ela parece ter se transformado em algum tipo de oportunidade para os países negociarem brechas e evitarem aumentar sua ambição.

Os países estão encontrando maneiras inteligentes para não tomar medidas reais, como contar em dobro as reduções de emissões, mudar suas emissões para o exterior, voltar atrás em suas promessas ambiciosas ou recusar-se a pagar por soluções, perdas de danos. Isso tem que parar.

O que precisamos é de cortes drásticos das emissões nas fontes, mas é claro que apenas reduzir emissões não é suficiente. Nossas emissões de gases de efeito precisam parar. Para estabilizarmos em menos de 1,5°C, precisamos manter as emissões de carbono neutralizadas. Apenas estabelecer datas distantes e dizer coisas que dão a impressão de que a ação está em andamento causará mais prejuízos do que bons resultados, porque as mudanças necessárias ainda não estão à vista. As políticas necessárias não existem hoje, apesar do que vocês possam ouvir dos líderes mundiais.

E ainda acredito que o maior perigo não é a inação. O verdadeiro perigo é quando políticos e empresários fazem parecer que ações reais estão acontecendo quando, na verdade, quase nada está sendo feito além de contabilidade inteligente e propagandas criativas.

Tenho tido a sorte de poder viajar pelo mundo e, na minha experiência, a falta de consciência é a mesma em todos os lugares. Nem a mínima entre aqueles eleitos para nos liderar. Não existe de forma alguma senso de urgência. Nossos líderes não estão se comportando como se estivéssemos numa emergência.

Em caso de emergência, você muda seu comportamento. Se houver uma criança parada no meio da estrada e os carros se aproximando com velocidade total, você não desvia o olhar porque é demasiado desconfortável. Você corre imediatamente e resgata aquela criança.

E sem esse senso de urgência, como podemos nós, as pessoas, entender que estamos enfrentando uma crise real? E se as pessoas não estiverem totalmente conscientes do que está acontecendo, não pressionarão os detentores do poder para agir. E sem a pressão do povo, nossos líderes podem ficar impunes sem fazer basicamente nada, que é onde estamos agora. E isso acontece de novo e de novo.

Em apenas três semanas entraremos numa nova década. Uma década que definirá o nosso futuro. No momento, estamos desesperados por qualquer sinal de esperança. Bem, estou lhes dizendo, há esperança. Eu já a vi, mas ela não vem dos governos ou corporações, ela vem do povo.

As pessoas que não tinham consciência dos fatos, mas estão começando a acordar. E uma vez que nos tornamos conscientes, mudamos. As pessoas podem mudar. As pessoas estão prontas para a mudança. E essa é a esperança, porque temos a democracia e a democracia está acontecendo a todo tempo. Não apenas no dia das eleições, mas a cada segundo e a cada hora. É a opinião pública que governa o mundo livre. Na verdade, todas as grandes mudanças em nossa história vieram do povo. Não precisamos esperar. Podemos começar a mudança agora mesmo.

Nós, as pessoas.

Obrigada.”

Anexo III – Discurso proferido pela ativista climática Greta Thunberg na COP28 (2023), Dubai. ⁵

It is what we decide now that will define the rest of humanity's future and whether we choose to do that or not. If we don't, it will be a death sentence to countless of people and it is already a death sentence to countless of people living on the front lines of the climate crisis today, but the political will is nowhere to be seen. The people in power are spending their time looking for full solutions and finding and creating loopholes which maintains business as usual and keeps them in the position of power.

Our responsibility and our role here as activists in conferences like this is to call them out and to tell the truth, and the truth now is that these processes are failing. They are failing us here in this room, they are failing our children, they are failing all of humanity and the future generations to come.

Versão traduzida e adaptada (tradução nossa):

É o que decidirmos agora o que definirá o futuro do resto da humanidade e se decidiremos fazer algo ou não. Se não o fizermos, será uma sentença de morte para inúmeras pessoas; e já é uma sentença de morte para as inúmeras pessoas que vivem hoje na linha da frente da crise climática, mas não se vê vontade política em lado nenhum. As pessoas no poder estão passando seu tempo à procura de soluções completas, e encontrando e criando lacunas que mantenham os negócios como de costume, e permanecendo em posições de poder.

A nossa responsabilidade e o nosso papel aqui, como ativistas em conferências como esta, é convocá-los e dizer a verdade, e a verdade agora é que estes processos estão falhando. Eles estão falhando conosco aqui nesta sala, estão falhando com nossas crianças, estão falhando com toda a humanidade e com as gerações futuras.

⁵ Versão original disponível em: <Greta Thunberg speaks at COP28 preparatory conference (youtube.com)>. Acesso em: maio. 2024.