

## **O discurso para salvar o Ártico: protocolo para análise das campanhas ambientais em rede<sup>1</sup>**

Katarini Miguel<sup>2</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

### **Resumo**

Discutimos nesse trabalho, com apoio da Análise do Discurso, a comunicação do *Greenpeace* Brasil e Espanha na campanha específica ‘Salve o Ártico’. Buscamos entender as estratégias discursivas de uma campanha internacional, desenvolvida de forma semelhante em ambos os países, mas que revela nuances políticas e culturais que se sobressaem no discurso e nos ajudam a entender a construção da comunicação ambiental em diferentes países.

**Palavras-chave:** Comunicação; Movimento Ambiental; Análise do Discurso, *Greenpeace*

### **1) Apresentação: *Greenpeace* sob as lentes do *ethos***

Nossa principal proposta é desvendar as estratégias discursivas da organização ambientalista, *Greenpeace*, a partir da ferramenta metodológica da Análise do Discurso, alicerçada na concepção do *ethos*, buscando entender não só o que o enunciador diz, mas como diz, os “modos de expressão capazes de produzir efeitos de *ethos*” (CHARAUDEAU, 2008). O desafio, neste sentido, foi compor um modelo de investigação que contemplasse os objetivos citados, abarcando não só a narrativa textual e não textual, mas o conjunto das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação), altamente utilizado pelos movimentos ambientais, e que pudesse ser uma proposta replicável para outros estudos de análise de discurso. Assim, elaboramos, no contexto do desenvolvimento de minha tese de doutorado um protocolo de análise que colocamos em teste e nos revelou resultados interessantes, que compartilhamos neste artigo para o entendimento do *Greenpeace* Brasil e sua comunicação atualmente fundamentada na Internet.

Partimos do pressuposto, a partir de Castells (2011) que Internet é uma rede de comunicação utilizada para intercambiar documentos de todos os tipos como textos, sons, vídeos, imagens, notícias, mensagens. Ou seja, uma plataforma de difusão para o entretenimento, para tarefas profissionais e até mobilização política e práticas de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora adjunta de jornalismo na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: katarini.miguel@ufms.br.

totalitarismo. E não se trata de um único meio de comunicação, mas um sistema informativo ampliado com possibilidades multimidiáticas, de convergências e estética transmídia, no sentido de “criação de um universo” a partir dos múltiplos suportes de mídia (JENKINS, 2008, p.135). O fato é que a Internet enquanto demanda social, que otimiza custos, recursos, facilita e agiliza processos das mais diferentes ordens, subverte a noção de tempo e espaço e se estabelece como força motriz da sociedade em rede se evidenciou como um espaço apropriado para a manifestação dos movimentos ambientais (CASTELLS, 2011). Entre eles, o *Greenpeace*, forte representante ambientalista, fundado em 1971, no interior de uma sociedade do espetáculo, e que desde sua fundação fez a opção pela midiaticização. No Brasil, o *Greenpeace* foi fundado oficialmente na década de 1990, na esteira da Eco 92. Trata-se da maior instituição ambientalista do mundo, atuando em todos os continentes, com sede em 40 países de todos os continentes, e que soube se apropriar das TICs para conquistar seguidores, abranger a causa, garantir eficácia de suas mensagens e campanhas. Faz uso massivo de redes sociais digitais e de múltiplas plataformas de comunicação, estratégias de ciberativismo, estabelecendo formas de mobilização *online* e um discurso próprio que tem impacto nas agendas sociais e midiáticas. Totaliza 33 portais eletrônicos que conservam a mesma estrutura e layout em diferentes países, mas com diferenças importantes no discurso e no *ethos*.

Nossa proposição é que na contemporaneidade, o impacto de organizações como o *Greenpeace*, tem relação direta com o uso eficaz da comunicação em rede, delineada por um discurso próprio, uma maneira de dizer, que pode ser decifrada por meio de uma análise de discurso sistemática.

Aqui optamos pela definição de *ethos* que estabelece uma relação entre corpo e discurso, que não é o necessariamente dito, mas se mostra, e está diretamente ligado aos 'atos' da enunciação. Está relacionado à aparência do ato de linguagem, naquilo que o sujeito falante dá a ver e entender. O *ethos* ainda compõem as cenas de enunciação, ou seja, a apresentação discursiva, que não se trata de um quadro estável, “mas aquilo que a enunciação instaura progressivamente como seu próprio dispositivo de fala” (MAINGUENEAU, 2008a, p.70).

Assim, para análise das campanhas e das informações circuladas no interior das redes digitais, procuramos nos concentrar em elementos que revelassem o modo de narrar como os indícios textuais - itens lexicais, técnicas argumentativas e a destacabilidade (slogans, *hashtags* que compõem o discurso no ambiente em rede), nos apoiando em

autores como MAINGUENEAU (2008b) e PERELMAN; OLBRECHTS – TYTECA (1997). E também os elementos externos ao texto como cores, fotos, vídeos, considerando os elementos multimidiáticos que compõem a cenografia ambiental.

Priorizamos, portanto, um artigo empírico, que pudesse evidenciar a aplicação prática da proposta supracitada em um protocolo de análise, que pode ser replicado em estudos semelhantes e nos fornece elementos de comparação. Para isso, elegemos a campanha global, coordenada pelo *Greenpeace* Internacional, ‘Salve o Ártico’, que busca impedir a exploração petrolífera e criar um santuário ecológico na região. Analisamos os *hotsites* (*sites* específicos e temporários) da campanha no Brasil e na Espanha - que são idênticos no *layout* e sugerem um texto que é mera tradução de um país para outro, mas existem detalhes, marcas no discurso e na composição comunicativa que merecem ser colocados em discussão. Vamos a eles.

## 2) O discurso brasileiro para salvar o Ártico (www.salveoartico.org.br)



(texto na íntegra)

*Os itálicos são grifos nossos para melhor localização dos termos referenciados nas análises.*

***Ursos polares estão morrendo***

***Mas as empresas e governos querem explorar petróleo onde o gelo está derretendo***

***A queima do petróleo causa o derretimento do gelo***

***Precisamos proteger as águas do Ártico da exploração de petróleo e da pesca industrial predatória***

***Assine a petição e peça o decreto de um santuário mundial na área do polo Norte***

**Entenda o problema**

**Derretimento do gelo do Ártico**

O gelo do Ártico, do qual todos nós dependemos, está desaparecendo rapidamente. *Nos últimos 30 anos, perdemos três quartos das calotas polares.*

Por mais de 800 mil anos, o gelo do Ártico é um elemento permanente do oceano. Ele está derretendo por causa do uso de combustíveis fósseis e, em um futuro próximo, *o Ártico pode ficar sem gelo pela primeira vez desde que os humanos pisaram na Terra.* Isso seria devastador não só para o ecossistema local, como ursos polares, narvais, morsas e outras espécies que vivem lá, mas também para o *resto do mundo.* O gelo no topo do mundo reflete muito do calor

do Sol de volta para o espaço e, assim, mantém todo o nosso planeta resfriado, estabilizando os sistemas climáticos dos quais dependemos para cultivar alimentos. *Proteger o Ártico significa proteger a todos nós.*

Para salvar o Ártico temos que agir hoje. Assine agora

### **Exploração de petróleo**

A nova corrida pelo petróleo no Ártico está começando. *Shell, BP, Exxon, Gazprom* e outras companhias petrolíferas querem assumir os riscos de um vazamento de petróleo *catastrófico* no Ártico por apenas três anos de suprimento do combustível.

As mesmas empresas de *energia suja* que causaram o derretimento do Ártico querem lucrar com o desaparecimento do gelo na região. Essa nova fronteira de *exploração* tem um potencial de produção de 90 bilhões de barris de petróleo. É uma *montanha de dinheiro para as empresas*, mas supre apenas três anos de consumo de combustível fóssil para o mundo. *Documentos governamentais dizem que lidar com derramamentos de petróleo em águas geladas é quase impossível* e que erros inevitáveis destruiriam o *frágil ecossistema Ártico*. Para perfurar poços de petróleo no Ártico, as companhias petrolíferas têm de tirar icebergs do caminho de suas plataformas, além de usarem tubos gigantescos com água morna para derreter o gelo flutuante. Para acontecer mais um vazamento de petróleo *catastrófico* é apenas uma questão de tempo. Nós vimos o dano causado pela Exxon Valdez na região e o *desastre* da Deepwater Horizon, no Golfo do México. Não podemos deixar que isso se repita no Ártico.

*Precisamos* banir a exploração de petróleo nas águas do Ártico. Assine agora

### **Pesca industrial**

Frotas de *pesca industrial predatória* jogam suas redes nas águas do Ártico.

As populações locais que *pescam de forma sustentável* há anos na região podem ficar sob ameaça se deixarmos as gigantes empresas pesqueiras continuarem a explorar de forma *predatória* o oceano Ártico.

*Precisamos* acabar com a pesca industrial predatória nas águas do Ártico. Assine agora

### **Guerra**

As nações do Ártico se preparam para levar adiante *conflitos* no local. Como mostrou o Wikileaks, os EUA já mencionaram o aumento das *ameaças* militares no Ártico; e a Rússia prevê uma *intervenção armada* no futuro.

A *ameaça futura de guerra no Ártico é real*. Países ao redor da região estão comprando submarinos, caças e quebra-gelos de propulsão nuclear para fazer valer suas reivindicações à força. Tanto a Rússia quanto a Noruega já anunciaram "batalhões árticos para lutar pelos seus interesses". Além da crescente militarização, seis países tentam anexar partes do Ártico não reivindicadas - incluindo o polo Norte - como seu território nacional. Essa área atualmente pertence a *todos nós*. Vamos mantê-la assim e decretar um santuário global no alto Ártico, *em nome de toda a vida na Terra*.

Nenhum país é dono do alto Ártico. E é dessa forma que deve continuar. Assine agora

### **Você: a bandeira**

*Não há governo ou exército que proteja o Ártico; existem apenas países e empresas que querem dividi-lo*. Ajude-nos a colocar uma "bandeira pelo futuro" do polo Norte.

Existem muitas pessoas como nós no planeta. Cada uma é afetada pela situação do Ártico: ao refletirem os raios solares, o gelo do Ártico regula nossos padrões climáticos e o cultivo dos nossos alimentos.

Apesar dessa importância, o Ártico está na linha de frente do *aquecimento global* – aquecendo duas vezes mais rápido do que qualquer outro lugar. Está também na linha de frente da indústria de petróleo – um dos combustíveis mais *sujos e mortais*, e o principal o responsável pelo derretimento do gelo. Ao acabar com a corrida do petróleo do Ártico, criamos condições para uma *mudança radical* em nossas vidas, acelerando a revolução pelo uso da *energia limpa* que vai abastecer o *futuro dos nossos filhos*.

Sabemos que estamos confrontando os países e as empresas *mais poderosas do mundo*.

Mas, *juntos, temos algo mais forte* do que o exército de qualquer país ou do que o orçamento de qualquer empresa. Nossa preocupação comum, com o planeta que deixaremos para nossos filhos, transcende todas as fronteiras que nos separam e *nos faz a força mais poderosa dos dias de hoje*.

É por isso que levaremos seu nome - e de 3 milhões de pessoas - para o polo Norte com uma bandeira para o futuro, desenhada por jovens ao redor do mundo. Ela vai mostrar que a nossa visão de um *planeta verde, pacífico e saudável* depende do Ártico *protegido por todos nós*.

Mas a bandeira é apenas um símbolo. Levaremos a sua voz a cada líder político no mundo e perguntaremos qual sua posição sobre o futuro do Ártico. Um a um, o nosso movimento ganha força e iremos às Nações Unidas exigir um acordo global para *proteger* a região.

Há 30 anos, nós lançamos uma campanha similar para proteger a Antártida. *Ninguém* imaginava que iria dar certo, mas nós conseguimos, e o polo Sul não pode ser explorado economicamente por *nenhum* país.

Agora é o Ártico que pede ajuda.

*Salve o Ártico. Assine agora*

## 2.1 Itens lexicais

Observamos substantivos, adjetivos e verbos sendo utilizados em diferentes momentos para dar peso à problemática e revelar o conflito: ‘devastador’, ‘catastrófico’, ‘desastre’, ‘predatória’, ‘ameaças’, ‘conflito’, ‘afetar’, ‘sujo’, ‘mortal’, ‘acabar’, ‘mudança radical’.

A memória polêmica se instaura também ao acusar com veemência as empresas petrolíferas e citá-las nominalmente (Shell, BP, Exxon, Gazprom). Aqui lembrando que a utilização de combustíveis fósseis é uma bandeira cara ao movimento ambientalista.

Também são reforçados no âmbito do texto verbos do terreno ambientalista que pintam um quadro facilmente reconhecível, ‘proteger’, ‘salvar’, ‘explorar’. Nesta mesma linha, identificamos a aposta na neutralização discursiva, ou seja, o uso de expressões, também de cunho ambiental, das quais se pressupõe o entendimento como são os casos de ‘energia limpa’, ‘energia suja’, ‘planeta verde, pacífico e saudável’, além de termos como ‘pesca industrial, predatória’, ‘pesca de forma sustentável’, que são utilizados correntemente sem qualquer contextualização ao não ser o significado geral e intuitivo que pode suscitar no leitor comum. A própria palavra ‘santuário’, que faz parte da proposta política da campanha, não é explicada, e como remete à religiosidade pode causar certa disfunção informativa.

Outra questão importante são as generalizações presentes no léxico do discurso ambiental para dar importância ao assunto e que evidencia imprecisão: ‘ninguém’, ‘todos nós’, ‘resto do mundo’, ‘toda a vida na terra’, ‘o futuro dos nossos filhos’, ‘mais poderosas do mundo’. Um dos verbos que nos chama atenção na medida em que reforça o *ethos* do animador e parceiro é o ‘precisamos’ (no sentido de temos a necessidade, devemos, temos que agir), utilizado por pelo menos três vezes, entre outros verbos empregados na primeira pessoa do plural para garantir certa coloquialidade e intimidade.

## 2.2 Encadeamento/técnicas argumentativas

A hierarquização da argumentação se dá, de imediato, pelo tamanho dos textos que vão aparecendo na página *web*. Conforme se avança na barra de rolagem vão surgindo

títulos grifados, parágrafos com letras garrafais que se destacam, normalmente com informações mais impactantes, e trechos de textos em tamanho menor de caráter mais informativo.

Os dados e informações categóricas são apresentados, logo no início, sem fontes de informação ou comprovação mais objetiva, valendo-se da autoridade ambientalista: ‘Nos últimos 30 anos, perdemos três quartos das calotas polares’; ‘O Ártico pode ficar sem gelo pela primeira vez desde que os humanos pisaram na terra’. Em outro momento atribui a informação, mas de maneira bastante genérica ‘Documentos governamentais dizem que lidar com derramamentos de petróleo em águas geladas é quase impossível’ - documentos de quais governos? Que tipo de documentos? Onde foram publicados?

A persuasão também pode ser explicada pela argumentação que privilegia o imediatismo, a ação, com linguagem invocativa em diversos momentos, ativando o *ethos* do amigo, do parceiro, o conselheiro que conhece o problema e precisa de ajuda: ‘Proteger o ártico, significa proteger a todos nós’; ‘temos que agir hoje’; ‘assine agora’; ‘precisamos banir a exploração de petróleo nas águas do ártico’; ‘precisamos acabar com a pesca industrial’. E evidencia a importância da união: ‘nos faz a força mais poderosa nos dias de hoje’; ‘em nome de toda a vida na terra’.

A argumentação prioritariamente agregadora revela o conflito nos momentos em que cita diretamente as empresas petrolíferas Shell, BP, Exxon, Gazprom. Destacamos aqui o conflito e o maniqueísmo representado no binômio Empresas/governos x Sociedade – ‘Empresas e governos querem explorar petróleo’, ‘Não há governo ou exército que proteja o Ártico; existem apenas países e empresas que querem dividi-lo’. Há ainda, nesse contexto, o tema da guerra e do risco de uma ‘intervenção armada no futuro’, sem estabelecer prazos ou dados mais específicos sobre o possível conflito armado. O alarde continua com afirmações até hiperbólicas como ‘um dos combustíveis mais sujos e mortais’ (petróleo); ‘uma montanha de dinheiro para as empresas’.

### **2.3 Destacabilidade**

São diferentes elementos de destacabilidade ao longo da página. Estão presentes logo de início nas chamadas da página principal, nos títulos que acompanham os textos, no final de cada bloco de texto, e ainda na petição para criação do santuário no Ártico. As chamadas, por exemplo, vão se alternando na página e apresentam a campanha e sua problemática, atuando como uma sobreasseveração, na medida em que são retiradas dos próprios textos e anunciam uma sentença: ‘Ursos polares estão morrendo’; ‘Mas as

empresas e governos querem explorar petróleo onde o gelo está derretendo’; ‘A queima do petróleo causa o derretimento do gelo’; ‘Precisamos proteger as águas do Ártico da exploração de petróleo e da pesca industrial predatória’; ‘Assine a petição e peça o decreto de um santuário mundial na área do polo Norte’.

As solicitações para assinar a petição ao final de cada bloco de texto, identificadas como um elemento da argumentação, funcionam também como um slogan militante: ‘Assine agora’, ‘(...)temos que agir hoje’, ‘Agora é o Ártico que pede ajuda. Salve o Ártico’; ‘Precisamos acabar com a pesca industrial predatória nas águas do Ártico. Assine agora’; ‘Precisamos banir a exploração de petróleo nas águas do Ártico. Assine agora’, em primeira pessoa e no modo imperativo para provocar envolvimento e evidenciar a necessidade de participação.

A própria chamada no quadro da petição (localizada à direita da página), uma afirmativa bem construída, funciona como um slogan positivo que dá força à argumentação: ‘Sim! Vamos criar um santuário ecológico no Ártico’.

Vale ainda lembrar da *hashtag* utilizada nas redes sociais digitais que traz apelo e invoca a participação, com força no dizer e na posição, que acaba por se assemelhar a uma máxima, facilmente memorizável e utilizável: #SalveoÁrtico.

#### **2.4 Elementos externos ao texto**

A página *web* é muito bem trabalhada com desenhos, representando o mar, animais marinhos, submarinos e redes de pesca, além do gelo do Ártico, e fotos reais de plataforma de petróleo, de poluição das águas e dos ursos polares – os grandes porta-vozes da campanha. Imagens estereotipadas de animais, poluição e um planeta Terra completam a página. A imagem de um urso polar branco é diferenciada, esteticamente atrativa, desperta afetividade do auditório, ainda em situação de risco, com filhotes, em poses simulando dança, a empatia pode aumentar e a adesão se dar muito mais pela identificação emotiva do que propriamente pela causa da campanha. Não identificamos vídeos especificamente no *hotsite*, mas a campanha gerou diferentes produções audiovisuais disponibilizadas, principalmente, no *Facebook* e em seu canal no *Youtube*<sup>3</sup>, que chamaram atenção pela abordagem paradoxal que mesclava tonalidade humorística e dramática e que convém comentarmos. Um dos vídeos, de 18 segundos, começa com a mensagem ‘O que pode ser

---

<sup>3</sup> Os vídeos referenciados estavam disponíveis no canal do *Greenpeace* no *Youtube* e no *Facebook* e foram acessados pelos endereços <http://www.youtube.com/watch?v=ToMfwjYs9rY> e <http://www.facebook.com/photo.php?v=10151412836503065&set=vb.159103797542&type=2&theater>

pior do que isso?’, e mostra um urso pulando de um bloco de gelo para o outro com dificuldade, em seguida, em resposta à pergunta, aparece uma tela com o texto ‘Só o degelo do Ártico’ e mostra imagens de focas também tentando se equilibrar no gelo. O vídeo é encerrado com a mensagem ‘Assine a petição. Salve o Ártico’. A sequência poderia ser trágica não fosse a trilha sonora que dá o tom engraçado e cria uma cena tragicômica, reforçando mais uma vez a tendência em tratar assuntos sérios com jocosidade. Outro vídeo, de um minuto e 30 segundos, mostra um urso polar andando por um ambiente urbanizado, farejando lixo, águas poluídas, andando por entre a fumaça dos carros e no tráfego, evidenciando o deslocamento do animal, ao som da música melancólica do grupo Radiohead ‘*Everything in its right place*’, que diz ‘Tudo está no lugar certo’, em uma proposta irônica, mas conhecedora dos códigos culturais da contemporaneidade ao escolher uma trilha sonora de grupo moderno de rock alternativo. A narração em tom de seriedade diz nos últimos segundos do vídeo ‘Enquanto o Ártico se derrete, a corrida para explorar seus recursos começa. Ninguém o escutará (o urso), mas escutará você. Junte-se ao movimento Salve o Ártico’.

As cores do *hotsite* são predominantemente o azul e o branco para assimilar diretamente a causa do Ártico. Alguns trechos são apresentados em preto para evidenciar a questão do petróleo. Conforme vamos lendo as informações e avançando na página, temos a sensação de profundidade, de ir adentrando no oceano e também nas problemáticas relacionadas - que tem início com o derretimento do gelo, passa pela exploração de petróleo, pesca industrial, até citar os conflitos armados pela região, finalizando com a chamada para participação. Trata-se de um sistema de leitura não linear e dinâmica onde é possível ir avançando a leitura e clicar em *hiperlinks* para ter mais informações (página *web* com as principais perguntas sobre a campanha respondidas de forma mais informativa e com respaldo de pesquisadores e estudos, o que é um santuário, como ajudar, o que pretende a campanha para proteger o Ártico). Nesse caso, notamos a tentativa de fornecer mais informações sobre a campanha, mas com perguntas e respostas previamente formuladas e respondidas de acordo com o interesse da organização.

Uma bandeira, com a chamada para a petição, localizada na lateral direita da página principal, permanece fixa e apresenta nominalmente o último internauta que participou e destaca a quantidade de assinaturas, valorizando a participação.

### 3) O discurso espanhol para Salvar o Ártico ([www.savethearctic.org/es](http://www.savethearctic.org/es))

(texto na íntegra)

***Todos dependemos de la salud del Ártico. ¡Salva el Ártico!***

***Las compañías y los gobiernos quieren buscar petróleo en las aguas desheladas del Ártico***

***La quema de petróleo es el origen del deshielo***

***Necesitamos proteger el Ártico de las prospecciones petrolíferas y la pesca no sostenible***

***Firma ahora y pide a los líderes mundiales que la zona alrededor del Polo Norte sea declarada santuario global***

**El Ártico se derrite**

El hielo del Ártico, del que todos dependemos, está desapareciendo. Y lo está haciendo rápido. *En los últimos 30 años hemos perdido tres cuartas partes de la capa de hielo flotante de la cima de la Tierra.*

**Vídeo**

Durante más de 800.000 años el hielo ha sido una característica permanente del océano Ártico. Ahora se está derritiendo por el uso desmesurado de energías fósiles sucias y, en un futuro cercano, el hielo podría desaparecer, por primera vez, desde que los humanos pisamos la Tierra. Esto sería *devastador*, tanto para los pueblos como para los osos polares, narvales, morsas y los demás moradores del Ártico, así como para el resto de la Humanidad. El hielo refleja gran cantidad de calor solar hacia el espacio y mantiene así fresco al planeta y estabiliza los sistemas meteorológicos de los que dependemos para cultivar nuestros alimentos. *Proteger el hielo significa protegernos a todos.*

**Documento – El Ártico, la última frontera**

*Para salvar el Ártico tenemos que actuar ya. Firma ahora*

**Prospecciones petrolíferas**

Ha comenzado la *fiebre del Ártico*. Shell, BP, Exxon y Gazprom, entre otros, prefieren arriesgarse a un vertido en el Ártico por poder extraer petróleo que sólo cubriría la demanda global durante tres años.

Las mismas compañías que hicieron que el Ártico comenzase a derretirse están buscando enriquecerse con el deshielo. Quieren abrir una nueva frontera petrolífera para obtener, teóricamente, 90.000 millones de barriles de petróleo. Esto, que significa muchísimo dinero para ellos, solo equivale a tres años de petróleo para el resto del mundo. *Documentos gubernamentales secretos* afirman que gestionar vertidos de petróleo en aguas semicongeladas es “casi imposible”. Errores inevitables harían añicos el *delicado ecosistema* ártico. Para perforar el Ártico, las petroleras tienen que apartar los icebergs que sus plataformas encuentren en el camino, y derretir el hielo flotante con mangueras gigantes de agua caliente. Si permitimos que lo hagan, la llegada de un vertido *catastrófico* es sólo cuestión de tiempo. Ya hemos visto el *daño extremo* que han causado *catástrofes* como la del Exxon Valdez, el Prestige o la Deepwater Horizon. *No podemos permitir que ocurra en el Ártico.*

*Necesitamos parar, para siempre, las prospecciones petrolíferas en el Ártico. Firma ahora*

**Pesca industrial**

*Las flotas de pesca industrial están comenzando a pescar con redes de arrastre en aguas del Ártico*

Las gentes del lugar han pescado de *manera sostenible* en el Ártico durante miles de años, pero su actividad podría desaparecer si permitimos que las compañías pesqueras exploten el océano Ártico.

*Necesitamos parar definitivamente la pesca industrial en las aguas del Ártico. Firma ahora*

**Conflictos**

Los países árticos están armándose para un posible conflicto por el Ártico.

Según muestran algunas de las filtraciones de Wikileaks, Estados Unidos habla de “amenazas militares crecientes en el Ártico”, y Rusia predice una “intervención armada” en el futuro.

La amenaza de guerra en el Ártico es real. Los países que bordean el Ártico están adquiriendo submarinos, cazas y rompehielos nucleares para reclamar el Ártico mediante la fuerza. Tanto Rusia como Noruega han anunciado “batallones árticos” para luchar por sus intereses nacionales. Junto a la creciente militarización, seis países están intentando hacerse con partes del Ártico sin reclamar, incluyendo el Polo Norte. Esas zonas ahora nos pertenecen a todos. Hagamos que así siga siendo y *declaremos un santuario global en el Ártico, por el bien de toda la vida en la Tierra.*

*El Ártico Superior no pertenece a ningún país, y así debe seguir siendo. Firma ahora*

**Tú / La Bandera**

No hay ningún gobierno ni armada que *proteja* el Ártico, solo países y compañías que están intentando hacerse con él. Ayúdanos a levantar una Bandera por el Futuro en el Polo Norte.

Somos 7000 millones de personas en el planeta. A todos y cada uno de nosotros nos afecta la salud del Ártico: reflejando los rayos de sol en su hielo, el Ártico estabiliza los patrones del clima de la Tierra, y por tanto los alimentos que cultivamos y comemos.

*Pero el Ártico es la avanzadilla del calentamiento global: se calienta el doble de rápido que el resto de la Tierra. Y la industria petrolífera tiene sus ojos clavados en él, después de haber sido la primera responsable del deshielo.*

*Frenando la nueva fiebre del petróleo en el Ártico estamos creando las condiciones para un cambio radical en cómo generamos y usamos la energía, impulsando una revolución energética limpia que dará energía limpia a nuestros hijos. Sabemos que estamos plantando cara a los países y compañías más poderosos del mundo.*

*Pero juntos tenemos algo más importante que la fuerza militar de cualquier país o la potencia económica de cualquier compañía. Nuestra preocupación por el planeta que dejamos a nuestros hijos trasciende a todas las barreras que nos separan, y nos hace poderosos.*

*Por eso estamos llevando tu nombre al Polo Norte, junto a un millón más y con una Bandera por el Futuro, diseñada por la juventud del mundo. Mostrará nuestra visión compartida de que un mundo verde, en paz y saludable depende del Ártico.*

*Pero la bandera es solo un símbolo. Llevaremos tu voz a cada líder político del mundo para preguntarles cuál es su posición frente al Ártico. Luego miraremos hacia las Naciones Unidas, donde pediremos un acuerdo global para proteger el Ártico. Hace 30 años lanzamos una campaña similar para proteger la Antártida. Nadie creía que iba a tener éxito pero así fue, y conseguimos crear un parque mundial alrededor del Polo Sur.*

*Ahora es el Ártico el que pide ayuda. Salva al Ártico. Firma ahora*

### 3.1 Itens lexicais

A campanha Salve o Ártico é de orientação internacional, portanto, temos uma construção textual provavelmente baseada em traduções para a língua de cada país de atuação do *Greenpeace*, e por isso com muitas semelhanças, ainda mais em contextos lexicais próximos como o português e o espanhol. Em uma perspectiva comparativa, identificamos também no *Greenpeace* Espanha palavras de peso que ressaltam a problemática, como ‘catastrófico’ ‘catástrofe’, ‘daño extremo (dano extremo)’, ‘cambio radical’ (mudança radical), e outros termos não identificados no Brasil, mas que têm a mesma funcionalidade de destacar a gravidade da temática - ‘la fiebre del Artico’ (a febre do Ártico), ‘fiebre del petroleo’ (a febre do petróleo).

Os verbos próprios do terreno ambientalista também estão presentes: ‘salvar’, ‘proteger’, além dos termos generalizantes e pouco precisos como ‘parar para siempre’, ‘parar definitivamente’; ‘miles de años’ (milhares de anos). No âmbito do vocabulário identificamos ainda a neutralização discursiva, embasada em expressões até românticas, que apostam no consenso universal do termo sem oferecer explicações como ‘delicado ecosistema’, ‘manera sostenible’ (maneira sustentável), ‘bien de toda la vida en la Tierra’ (bem de toda a vida na Terra), ‘planeta que dejamos a nuestros hijos’ (planeta que deixamos para os nossos filhos) ‘un mundo verde, en paz y saludable’ (um mundo verde, em paz e saudável), ‘pesca no sostenible’ (pesca não sustentável) que vão compondo o discurso ambientalista na cibercultura. Há também os verbos de mais convicção e incentivo como ‘necesitamos’, ‘podemos’, ‘firma ahora’, que reforçam o *ethos* da parceria e da união.

### 3.2 Encadeamento/técnicas argumentativas

No caso, temos uma arquitetura textual idêntica à identificada no *hotsite* do *Greenpeace* Brasil, que varia de tamanho e traz os destaques em dimensão maior. Também faz uso da autoridade ambientalista, mas notamos uma preocupação em contextualizar certas práticas citadas, como a pesca não sustentável. *‘Las flotas de pesca industrial están comenzando a pescar con redes de arrastre en aguas del Ártico’* (As frotas de pesca industrial estão começando a pescar com redes de arrastre nas águas do Ártico – as redes usadas indicam a não sustentabilidade, por exemplo). Nesse mesmo sentido, temos mais dois elementos no portal como o vídeo e o documento para *download* *‘El Ártico, la última frontera’* sobre a situação no Ártico, como outros subsídios informativos que não identificamos no Brasil. Essas poucas diferenciações evidenciam um *ethos* mais preocupado em respaldar e detalhar informações e, no sentido do enunciador procurar similaridade com seu auditório, podemos pressupor que o público espanhol seja mais exigente ou menos disposto a aderir a campanhas sem as informações necessárias.

Não obstante, o *hotsite* espanhol também traz em tantos outros momentos informações valendo-se da própria legitimidade: *‘el Ártico es la avanzadilla del calentamiento global: se calienta el doble de rápido que el resto de la Tierra’* (o Ártico é o avanço do aquecimento global: esquentando duas vezes mais rápido que o resto da Terra); *‘hemos perdido tres cuartas partes de la capa de hielo flotante de la cima de la Tierra’* (Perdemos três quartos da camada de gelo flutuante da Terra) *‘Documentos gubernamentales secretos afirman’* (Documentos governamentais secretos afirmam).

E também usam da persuasão com construções apelativas e que revelam o *ethos* da união e da urgência: *‘declaremos un santuario global en el Ártico, por el bien de toda la vida en la Tierra’* (Declaremos um santuário global no Ártico para o bem de toda a vida na Terra) *‘Necesitamos parar definitivamente la pesca industrial (...)’*, *‘Necesitamos parar, para siempre, las prospecciones petrolíferas en el Ártico’* (Necessitamos parar, para sempre, com a exploração de petróleo no Ártico) *‘Tenemos que actuar ya’* (Temos que agir já), *‘No podemos permitir que ocurra en el Ártico’* (Não podemos permitir que aconteça no Ártico).

Portanto, observamos também aqui o *ethos* do parceiro, da corresponsabilidade e a instauração de uma cenografia de autoridade ambientalista, mas com certa dose de informação e fontes de referência que não foram verificadas no portal do Brasil. Em todo o caso, também há uma ingenuidade, mesclada com indignação, que acaba formatando um

discurso que reduz a solução de uma problemática a uma assinatura de petição, superestimando o engajamento *online*.

### 3.3 Destacabilidade

A destacabilidade está presente essencialmente no próprio nome da campanha, usado como *hashtag* em redes sociais digitais #Salvaelartico, que atua como uma máxima.

Também nas chamadas da página principal, que aparecem de forma rotativa no *hotsite*, identificamos os excertos do próprio texto que são usados como elementos de destacabilidade, mas na Espanha apresentam um tom mais informativo e propositivo ‘peça aos líderes’, em contraposição com a dramaticidade no Brasil ‘Ursos polares estão morrendo’. Embora a página também traga construções bastante similares aos destaques no Brasil: *Todos dependemos de la salud del Ártico. ¡Salva el Ártico!* (Todos dependemos da saúde do Ártico. Salve o Ártico); *Las compañías y los gobiernos quieren buscar petróleo en las aguas desheladas del Ártico* (As empresas e governos querem buscar petróleo nas águas descongeladas do Ártico); *La quema de petróleo es el origen del deshielo* (A queima de petróleo é a origem do degelo); *Necesitamos proteger el Ártico de las prospecciones petrolíferas y la pesca no sostenible* (Necessitamos proteger o Ártico da exploração de petróleo e da pesca não sustentável).

Aqui também na mesma perspectiva do portal brasileiro, trazem palavras de ordem que atuam como slogans militantes ‘*firma ahora*’, ‘*precisamos*’, ‘*necesitamos*’, em primeira pessoa do plural para evidenciar o ethos de parceria e do trabalho em conjunto. Assim como na própria petição, texto localizado à direita na figura do portal : ‘*Si, consigamos un santuario global em el Ártico. Únete a la Revolución del Ártico y ven con nosotros al Polo Norte.* (Sim, consigamos um santuário global no Ártico. Junte-se à revolução do Ártico e venha conosco ao Polo Norte). A expressão ‘*revolução do ártico*’, que não identificamos no Brasil, dá um tom até mais agressivo e militante para a questão.

### 3.4 Elementos externos ao texto.

O *hotsite* Salve o Ártico é padronizado, então na Espanha também há fotos de poluição, do gelo no Ártico e do urso polar como protagonista da campanha. Estão presentes os desenhos de planeta, mares, peixes, as cores de fácil assimilação como o azul e branco e o preto, eventualmente, para se referir ao petróleo. Composições que, apesar do impacto visual, reforçam o estereótipo ambiental e não acrescentam informações pertinentes.

Uma das significativas diferenças da página na Espanha é manter um vídeo logo na página inicial, narrado em inglês, mas com legendas em espanhol, como um meio de informação da campanha. A produção audiovisual fala da situação do Ártico, mantendo uma estratégia discursiva muito parecida com a verificada no *hotsite*, ressaltando o problema, em tradução nossa: ‘Desfrute da vista enquanto pode porque está desaparecendo rápido’, e continua evidenciando o conflito, mas sem detalhamento ‘neste verão a indústria petroleira se muda para o Ártico (...) para extrair o petróleo que está aquecendo nosso planeta e derretendo nosso gelo’, para então, falar da necessidade de criação de um santuário na região. As imagens mostram o horizonte de gelo, o oceano, as calotas polares derretendo e os animais nadando nas águas geladas, através de uma espécie de lente/tela que vai se fechando até formar um planeta Terra, com a mensagem ‘*Save the arctic*’ e uma trilha sonora que reforça a dramatização. O vídeo de pouco mais de um minuto atende à dinâmica ágil da Internet e evidencia a utilização de diferentes plataformas para divulgar o assunto.

Temos a mesma estrutura de leitura não linear, dinâmica, com textos em diferentes tamanhos, fotos, desenhos, obedecendo a mesma ordem de argumentos de apresentar o problema, suas causas e soluções, com *hiperlinks* para perguntas frequentes, mas neste caso temos o vídeo e um documento para *download* que compõem uma cenografia mais informativa.

O documento técnico intitulado ‘*El Ártico, la última frontera*’ foi produzido pelo próprio *Greenpeace* Espanha, conforme consta no expediente do material, tem 28 páginas, em formato *pdf* (próprio para documentos eletrônicos), que permite a rápida visualização ou até o arquivamento do mesmo. Está dividido em seis capítulos: Introdução, ‘*El Ártico: un paraíso helado/Un ecosistema frágil*’ (O Ártico: um paraíso gelado/Um ecossistema frágil); ‘*Principales amenazas del Ártico*’ (Principais ameaças do Ártico), ‘*El cambio climático: el peor enemigo del Ártico*’ (A mudança climática: o pior inimigo do Ártico) ‘*Como afecta aquí o que sucede en el Ártico/evidencias del cambio climático en España*’ (Como afeta aqui o acontece no Ártico/evidências das mudanças climáticas na Espanha); ‘*Por qué el Petróleo del Ártico no es necesario*’ (Por que o petróleo do Ártico não é necessário) além dos itens: ‘*Demandas de Greenpeace*’; ‘*Una campaña global para salva el Ártico*’ (Um campanha global para salvar o Ártico) e ‘*10 maneras fáciles de vivir con menos petróleo*’ (Dez maneiras fáceis de viver com menos petróleo).

Não vamos entrar no mérito do discurso em um texto tão amplo e pretensamente técnico, mas devemos ressaltar a preocupação em fornecer dados e o interesse em trazer a problemática, aparentemente distante do cotidiano, para o contexto local, explicando os impactos, o porquê de criar uma reserva, as ameaças, quais as alternativas à produção de petróleo, esclarecendo também o ‘funcionamento’ de um santuário. Na visão geral que fizemos do documento, notamos expressões tipicamente ambientalistas, certas dramatizações, exageros na linguagem, fotos realmente impactantes de duas páginas mostrando os ursos polares, cenários de gelo. Mas identificamos também uma produção intensa de informações e dados, com respaldo de instituições de pesquisa, estudos e relatórios científicos, além de fontes governamentais, com duas páginas de referências em um total de 67 citações. Não localizamos documento similar nem no *Greenpeace* Internacional, o que pode confirmar a iniciativa própria do *Greenpeace* Espanha em oferecer informações para os usuários.

Além disso, uma questão que nos intriga e é determinante para afirmarmos que há sim diferença no discurso da mesma organização em diferentes países, é o fato da petição ‘para salvar o Ártico’ permitir na Espanha que o internauta escreva sua própria mensagem de reivindicação, enquanto no Brasil não se consegue alterar o texto já pronto. Há no caso espanhol um modelo de texto, mas o usuário tem a liberdade de apagá-lo, reescrevê-lo, alterá-lo, e que pode obviamente passar pelo crivo do *Greenpeace* antes de ser encaminhado, mas de qualquer forma evidencia uma autonomia não verificada no Brasil.

#### **4) Breves considerações**

Identificamos uma cena de enunciação da problemática ambiental composta por exageros, dados sem comprovação, tratando de um tema sério, mas com uma ingenuidade (proposital ou não) de colocar a questão como algo que pode ser resolvido todos juntos, com união, combatendo empresas e governos sujos. Um *ethos* romântico, animador e ao mesmo tempo combativo, validado por estereótipos ambientais de fácil assimilação e que buscam identificação com o perfil de seu auditório.

Temos uma cenografia construída na legitimidade da fala ambientalista que aparentemente se basta. O *ethos* ora ingênuo e ora agressivo, que evidencia a contradição por meio dos vocábulos usados, tem por trás uma posição fortemente embasada. O *Greenpeace* é uma organização suficientemente municiada de dados e informações para o

desenvolvimento de suas campanhas, mas prefere lidar com informações subjetivas, dados alarmantes, figuras de forte apelo emocional como o urso polar branco.

Como se trata de uma campanha mundial, o texto e o *site* são formatados de maneira globalizada, mas as traduções e certas composições que, de imediato, aparentam meros detalhes, nos revelam diferenciações importantes, como a questão da quantidade de informações e a preocupação em oferecer dados para os usuários no caso do conteúdo espanhol. São elementos que nos dão pistas sobre o nível de informação oferecido pelo *Greenpeace* e o olhar que tem sobre seu auditório – menos exigente e mais pronto a aceitar informações sem corroborações no caso nacional. Outro indicativo interessante é justamente a construção das petições no Brasil que não dá abertura para intervenções em uma clara estrutura verticalizada. Mas é certo que a construção discursiva reflete as condições de produção de cada país e as próprias vinculações culturais, que demandariam intensa discussão.

O autêntico aqui foi identificar que as estratégias discursivas despertam o *ethos* da união, da parceria e aliam uma temática séria e grave a elementos lúdicos e emotivos, na esteira da estética multimidiática contemporânea.

#### 4. Referências

- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza editorial, 2011.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2008.
- GABEIRA, Fernando. **Greenpeace – Verde Guerrilha da paz**. São Paulo: Clube do Livro, 1988.
- JENKIS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.
- MAINGUENEAU, Dominique. **A propósito do ethos**. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo: Editora Contexto, 2008b.
- PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS – TYTECA, Lucie. **Tratado da Argumentação**. A nova retórica. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- SALVÁ EL ÁRTICO. **Hotsite**. Disponível em: <<http://www.savethearctic.org/es>> Acesso em: 23 mai.2014.
- SALVE O ÁRTICO. **Hotsite**. Disponível em: <<http://www.salveoartico.org.br/>> Acesso em: 22 mai.2014.