

**Universidade de São Paulo  
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”  
Centro de Energia Nuclear na Agricultura**

**Discursos sobre sustentabilidade nas redes sociais digitais:  
uma análise no *Twitter***

**Estela Maria de Azevedo Nery Ferreira**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestra  
em Ciências. Área de concentração: Ecologia Aplicada

**Piracicaba  
2014**

Estela Maria de Azevedo Nery Ferreira  
Bacharelado em Imagem e Som

**Discursos sobre sustentabilidade nas redes sociais digitais: uma análise no *Twitter***  
versão revisada de acordo com a resolução CoPGr 6018 de 2011

Orientadora:  
Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. **LAURA ALVES MARTIRANI**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestra  
em Ciências. Área de concentração: Ecologia Aplicada

**Piracicaba**  
**2014**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
DIVISÃO DE BIBLIOTECA - ESALQ/USP**

Ferreira, Estela Maria de Azevedo Nery

Discursos sobre sustentabilidade nas redes sociais digitais : uma análise no Twitter /  
Estela Maria de Azevedo Nery Ferreira. - - versão revisada de acordo com a resolução  
CoPGr 6018 de 2011. - - Piracicaba, 2014.

113 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - - Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", 2014.  
Bibliografia.

1. Cibercultura 2. Redes Sociais Digitais 3. Sustentabilidade 4. Espaço público  
5. Movimento Ambientalista I. Título

CDD 333.707  
F383d

**"Permitida a cópia total ou parcial deste documento, desde que citada a fonte – O autor"**

**DEDICATÓRIA**

Ao meu pai, Djalma  
Que com seu exemplo  
me deu asas para voar

À minha mãe Adriana  
Que com sua coragem  
construiu a pista  
da qual pude decolar

À Julia e à Isadora  
dois faróis a me guiar

Ao companheiro Fido  
sempre me ensinando à perseverar

À querida Yvani, amiga infalível  
me proporcionando a paz de espírito  
tão necessária para continuar

À Laura  
companheira de viagem  
carinhosamente me indicando  
o melhor local para pousar.



## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, pelo apoio fundamental ao primeiro passo da caminhada que me trouxe até a realização deste projeto.

À Laura, além de orientadora uma amiga querida, pela oportunidade e por toda a dedicação e confiança.

À equipe do Laboratório de Vídeo, pelas conversas, pitacos e trocas de informação que fizeram parte da elaboração de cada etapa da pesquisa.

Aos funcionários da USP, sempre colaborando para a resolução de todas as questões da minha vida acadêmica. Em especial à secretária do PPGI-EA, Mara Casarin, sempre a postos, com seu bom humor e sua eficiência sem igual, que facilitou muito a minha vida ao longo do curso de Mestrado.

À empresa Live Buzz Tecnologia, pela conta acadêmica disponibilizada, que viabilizou a coleta dos dados analisados neste trabalho.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES – pelo financiamento desta pesquisa.



## EPIÍGRAFE

"Faça com os outros apenas aquilo que gostaria que fizessem contigo". Esse sábio e mais do que batido, antigo dito popular, base de quase todas as religiões, bastante difundido porém pouco praticado e seguido, guarda em si um grande segredo, uma constatação: agressão ao próprio irmão é como dar um tiro no próprio pé, (ou no próprio umbigo), eu digo, pois, por increça que parível, não há separação, não há inimigo, e sim ignorância aguda, falta de aprendizado e só, pois somos literalmente parte do mesmo organismo. Como já disse o cristo, a filosofia oriental, o tao, e a física quântica, esse é o caminho pelo qual o racional cartesiano e o espiritual finalmente se encontram. Preste atenção, analise, não é difícil, (tudo é vai e volta), Ação, palavra, pensamento, atitude, (tudo é vai e volta). Metafisicamente, subatômicamente falando, (tudo é vai e volta), tem resposta pra fazer, tem que ter resposta pra aturar, (tudo é vai e volta). (...) Lucro abissal, frescura é ligar pra detonação ambiental (tudo é vai e volta), seu pulmão no limite, inverno moderno beira os 40 graus (tudo é vai e volta). Não divida o bolo, e veja crescer à sua volta o caos (tudo é vai e volta). Negatividade, positividade: o seletor é você (tudo é vai e volta).

B Negão & Os Seletores de Frequência – V. V. (Enxugando Gelo)

"(...) Falta de vontade, disparidade entre discurso e atitude, são os maiores pilares dessa situação escalafobética, patética, na qual nos metemos, pela qual vivemos e morremos (...) Nem o sujeito mais socialmente ativo irá conseguir mudanças minimamente palpáveis. Praticamente apenas praticará o esporte mais popular da humanidade: jogar palavras ao léu, jogar palavras ao vento. Nada muda enquanto não mudarem os valores na raiz de todos, eu disse todos, exploradores e explorados, violentadores e violentados, tudo é meio a meio, tudo caminha lado-a-lado (...) B Black bota o dedo na ferida: antes de querer que a humanidade mude, que tal mudar um pouco nosso próprio ponto de vista? (...) Uma nova visão... (...) Plantamos e colhemos em outros cantos e aqui mesmo, portanto não seja dissimulado, você sabe o que está acontecendo. No centro de tudo, no centro da questão tá a preguiça, a falta de disposição pra mudar. Várias preguiças somadas e o mundo sente o efeito, mentalidade falida, morta viva, não tem jeito. (...) Porém no subconsciente todos atentos..."

B Negão & Os Seletores de Frequência – Nova Visão (Enxugando Gelo)



## SUMÁRIO

RESUMO .....	11
ABSTRACT .....	13
1 INTRODUÇÃO.....	15
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	21
2.1 Sociedade em Rede e a expansão das tecnologias de informação e comunicação.....	21
2.1.1 Internet: história e conteúdo .....	22
2.1.2 A esfera pública e os espaços virtuais .....	27
2.1.3 Elementos norteadores para a constituição e funcionamento dos espaços públicos ....	34
2.1.4 A cibercultura e o ambientalismo .....	36
2.2 Sustentabilidade.....	38
2.2.1 Breve histórico do surgimento da consciência ambiental global .....	41
2.2.2 Os movimentos ligados à questão ambiental .....	45
2.2.3 A polarização dos movimentos ambientalistas.....	48
2.3 Ambientalismo e ética.....	60
3 METODOLOGIA.....	63
3.1 Estudo Piloto .....	63
3.2 Estudo no <i>Twitter</i> .....	68
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	75
4.1 Resultados do Estudo Piloto.....	75
4.1.1 Atores-chave.....	76
4.1.2 Tipos de publicações.....	80
4.2 Discussão do Estudo Piloto .....	81
4.3 Resultados do Estudo no <i>Twitter</i> .....	84

10	
4.3.1	Agenda Pública..... 85
4.3.2	Atores-chave..... 92
4.4	Discussão do Estudo no <i>Twitter</i> ..... 94
4.4.1	Discussão sobre os atores-chave..... 94
4.4.2	Discussão sobre a agenda pública..... 96
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 113
	REFERÊNCIAS..... 117
	ANEXOS..... 123

## RESUMO

### **Discursos sobre sustentabilidade nas redes sociais digitais: uma análise no *Twitter*.**

As redes sociais digitais se apresentam, na atualidade, como um novo espaço público. Ao mesmo tempo, vivemos uma época de crise civilizatória, de superprodução e consumo generalizado, que vem comprometendo a capacidade de suporte dos ecossistemas e ameaçando os recursos naturais e a biodiversidade do planeta. Muito embora já se observe certo consenso social sobre a necessidade de se buscar alternativas para a conservação dos ambientes naturais, há ainda grandes divergências quanto aos caminhos a serem adotados – desde os mais radicais que advogam uma transformação de todo o sistema de produção e consumo, aos mais conservadores, que pensam em medidas de caráter paliativo. A temática da sustentabilidade tornou-se, ao mesmo tempo, um paradigma ou utopia social, e um paradoxo, dada a dificuldade em se promover as transformações necessárias. A pesquisa desenvolvida buscou analisar os conteúdos publicados em português nas redes sociais digitais, entre novembro de 2011 e julho de 2012, acerca da temática da sustentabilidade, com vistas a conhecer os conteúdos, os atores envolvidos e seus posicionamentos quanto à questão. Utilizou-se um *software* comercial de análise de redes sociais para a coleta dos dados. Foram capturadas mais de oitenta mil publicações e foi desenvolvido um método quantitativo e qualitativo de análise dos conteúdos, empregando-se análises estatísticas através da utilização de um *software* de contagem de palavras e a visualização dos dados na forma de nuvens de palavras (*tags*) por meio da utilização de *software* próprio para este fim. Pudemos observar a presença do humor entre os conteúdos mais representativos, e o predomínio de profissionais do discurso entre os atores mais influentes. Por meio da filtragem dos dados, excluindo-se os itens com *links* e as publicações mais replicadas, foi possível acessar um conjunto de dados mais opinativo, cuja análise permitiu conhecer os posicionamentos e opiniões da sociedade, em especial no tocante à temática das sacolas plásticas de supermercado. Os resultados obtidos apresentaram correlação com algumas pesquisas desenvolvidas por pesquisadores das áreas de ciências da computação, análise do discurso, pesquisa de opinião pública, e análise de redes sociais e que obtiveram resultados semelhantes aos encontrados em nosso estudo, o que é indicativo da eficácia do método de pesquisa empregado.

Palavras-chave: Cibercultura; Redes sociais digitais; Sustentabilidade; Espaço público; Movimento ambientalista



## ABSTRACT

### **Discourses about sustainability in digital social networks: an analysis on Twitter.**

The digital social networks present themselves today as a new public space. At the same time, we live in an era of civilization crisis of overproduction and widespread consumption, which is affecting the support capacity of ecosystems and threatening the natural resources and biodiversity. Although already observed certain social consensus on the need to find alternatives for the conservation of natural environments, there are still major divergences in pathways to be adopted - from the most radical who advocate a transformation of the whole system of production and consumption, to the most conservative, who think about palliative measures. The topic of sustainability has become at the same time, a paradigm or social utopia, and a paradox, due the difficulty in promoting the necessary transformations. The research developed aimed to analyze the contents published in Portuguese in digital social networks, between November 2011 and July 2012, concerning the theme of the sustainability, in order to know the contents, the actors involved and their positioning on the matter. We used a commercial software for social network analysis for data collection. Have been (Were) captured over eighty thousand publications and was developed a method for qualitative and quantitative analysis of the content, using statistical analysis by using a word counting software and display of data in the form of word clouds (tags) by software usage suitable for this purpose. We could notice the presence humor among the most representative content, and the predominance of professionals from speech among the most influential actors. By filtering of data, excluding the items with links and publications more replicated, it was possible to access a data set more opinionative, analysis allowed knowing the positioning and opinions of society, in particular with respect to the issue of supermarket plastic bags. The results presented correlation with some research developed by researchers from the fields of computer science, discourse analysis, public opinion research, and social network analysis, which obtained similar results to those found in our study, what indicates the efficacy of the research method employed.

**Keywords:** Cyberculture; Digital social networks; Sustainability; Public space; Environmentalist movement



## 1 INTRODUÇÃO

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. (...) o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar. (FOUCAULT, 1996, p. 10)

De acordo com a União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2012) mais de um terço da população mundial está de alguma forma conectada à internet. Vivemos, na contemporaneidade, em uma sociedade cada vez mais conectada, onde as tecnologias de informação e comunicação são desenvolvidas e disseminadas cada vez mais depressa. O alcance e a aceleração dessas tecnologias têm transformado a nossa cultura e consequentemente a estrutura social (CASTELLS, 1999). Vivemos hoje, em maior ou menor grau, em uma sociedade do conhecimento (DOWBOR, 2002), é a sociedade em rede.

Essa nova estrutura permite a experimentação de novas formas de sociabilidade, o surgimento de novos espaços de diálogo e também a emergência de novos espaços públicos como na acepção de Habermas, isto é, espaços autônomos nos quais a opinião pública e a vontade política coletiva podem se formar e vir à tona democraticamente (RÜDIGER, 2011; SANTOS, 2005).

A esfera pública habermasiana pode ser explicada como um campo de intersecção entre as esferas do mercado, do Estado e a esfera privada. Dentro da esfera pública podem ser determinados os espaços públicos que, por sua vez, designam a existência de instâncias mais específicas, destinadas a tratar de determinados temas colocados em pauta na esfera pública (SANTOS, 2005).

Habermas ao mesmo tempo que fez um diagnóstico da esfera pública moderna enquanto espaço de poder social, diagnosticou também sua decadência, posto que, com a expansão das mídias de massa houve uma colonização preferencial da esfera pública pelo Mercado (capital), e também pelo Estado (RÜDIGER, 2011).

Na década de noventa assistimos ao advento da internet, onde, segundo Weissberg (2004) constituiu-se um espaço no qual os atores começaram a ter domínio não apenas das mensagens, mas também do meio que as faz circular (CASTELLS, 1999).

Nesse contexto observamos que as redes sociais digitais se apresentam, na atualidade,

como um novo espaço público (GUILLAUME, 2004; ROVAÍ, 2013). Elas podem ser encaradas como “termômetros” da sociedade, ambientes autônomos, no qual a expressão é livre e, portanto de onde é possível resgatar opiniões, observar discussões e apreender alguns posicionamentos políticos de membros da sociedade. Um espaço onde os temas de interesse público podem ser enunciados e processados por meio do diálogo democrático, propiciando a formação de uma opinião pública.

A presente pesquisa buscou levantar as discussões relativas à temática socioambiental, mapeando as expressões dos discursos relativos a temática da sustentabilidade presentes no *Twitter* e assim identificar os temas mais recorrentes e os atores mais influentes no período das coletas dos dados, e também explorar alguns posicionamentos dos atores com relação aos temas mais expressivos.

Paralelamente à revolução das tecnologias de informação e comunicação, vivemos uma época de crise civilizatória, de superprodução e consumo desenfreado, que vem comprometendo a capacidade de suporte dos ecossistemas e ameaçando os recursos naturais e a biodiversidade do planeta.

Os discursos preocupados com a preservação do meio ambiente estão presentes de maneira local desde a aurora das civilizações humanas (PERLIN, 1992), porém esses discursos assumem o caráter de movimento social a partir da década de sessenta, e segundo Gilles Lipovetsky (2005) são norteados por fortes ideais de revolução do sistema estabelecido.

A partir da década de 1990 o conceito “sustentabilidade” veio sendo sistematicamente apropriado e moldado pelas instâncias do mercado e do Estado, para sua adequação à lógica neoliberal, de forma a não antagonizar com seus ideais primeiros, de crescimento econômico e desenvolvimento globalizado (PORTILHO, 2005).

Muito embora já se observe certo consenso social sobre a necessidade de se buscar alternativas para a conservação dos ambientes naturais, há ainda grandes divergências quanto aos caminhos a serem adotados. Assim, os discursos ambientalistas ou ecológicos se distribuem ao longo de um *continuum* situado entre dois “erres”; o “erre” da reforma e o “erre” da revolução.

Em um extremo situa-se o discurso oficial hegemônico do desenvolvimento sustentável, que se encontra mais próximo de ideais reformistas, visando não uma mudança social, mas apenas a gestão da atual crise sócio ambiental.

Já no outro extremo estão discursos alternativos, profundamente revolucionários, questionadores dos sistemas econômico e produtivos da contemporaneidade, questionadores

dos estilos de vida e dos valores e focados nas transformações tanto macro sociais como também do cotidiano dos indivíduos.

A temática da sustentabilidade é na atualidade um dos temas centrais - senão o paradigma emergente da nossa era civilizatória - ao mesmo tempo em que se configura muitas vezes como um paradoxo, dada a dificuldade em se harmonizar interesses divergentes com o objetivo de se promover as transformações necessárias.

Considerando a presença, expansão e importância das redes digitais na comunicação social e sua configuração como novo espaço público, e ainda considerando que é na e pela comunicação que se constrói a realidade, foi que selecionamos como objeto de estudo o conjunto de conteúdos publicados nas redes sociais digitais, de modo a conhecer as visões, percepções ou opiniões das pessoas que participam desse espaço público.

Considerando a urgência na transição para modos de vida, produção e consumo verdadeiramente sustentáveis, e ainda, que essa transição é complexa e passa necessariamente por uma negociação mediada pelo diálogo, foi que definiu-se o foco da pesquisa como sendo os discursos que empregam a palavra sustentabilidade.

O estudo partiu do interesse em conhecer como a sociedade civil elabora, compreende e emprega o conceito de sustentabilidade. Para ter acesso a um grande número de opiniões sobre o tema, e para que os atores estivessem geograficamente distribuídos, optamos pela busca nas redes sociais digitais, de modo a realizar um trabalho o mais fiel possível aos diversos discursos sociais sobre a questão, e que ao mesmo tempo fosse estatisticamente relevante.

O objetivo geral do estudo foi conhecer o conteúdo do material publicado nas plataformas sociais digitais brasileiras ao redor do tema sustentabilidade. Buscou-se verificar as enunciações, reflexões ou opiniões presentes, e na medida do possível, os vieses ideológicos que sustentam os discursos e debates ao redor do tema da sustentabilidade.

Os objetivos específicos foram levantar os atores chave presentes no *Twitter* ligados à temática socioambiental e avaliar sua forma de atuação; comparar o discurso de fontes oficiais, institucionais e civis acerca do tema; e ainda avaliar qual o grau de compromisso da sociedade com as mudanças culturais e estruturais demandadas pela transição para sociedades mais sustentáveis.

A hipótese inicial do trabalho é que existe um predomínio de consonâncias entre o discurso hegemônico do ambientalismo e os discursos de cada indivíduo. Acreditamos que o conceito de sustentabilidade é ainda um conceito em construção, e a compreensão de como a

sociedade atribui significado a esse conceito na atualidade, e sobretudo, como o emprego e o discute é ponto de partida para ações de comunicação, informação e de educação ambiental capazes de fortalecer e credibilizar as propostas de uma nova sociedade, mais justa e igualitária, que adote como novo paradigma de desenvolvimento a sustentabilidade socioambiental.

A coleta dos dados foi realizada utilizando-se uma ferramenta comercial de análise de redes sociais chamada *LiveBuzz* (DINAMIZE, 2012). A empresa *LiveBuzz* Tecnologia, uma empresa com foco em tecnologia para *marketing* em mídias sociais, realizou no ano de 2011 uma seleção de projetos de pesquisa acadêmicos. O projeto da presente pesquisa foi submetido a esse processo seletivo e foi selecionado para receber apoio na forma de parceria. A empresa oferece um serviço de coleta de dados em redes sociais digitais voltado para empresas e políticos, e ofereceu uma conta acadêmica (sem custos) para que os dados fossem coletados para este estudo.

A partir de então desenvolveu-se um estudo em duas etapas. A primeira, de caráter exploratório, realizada entre setembro e novembro de 2011, envolveu amplo levantamento de mensagens existentes em algumas das redes sociais digitais brasileiras de maior utilização pelo público: *Twitter*, *Facebook*, *Flicker*, *Yahoo! Respostas*, *YouTube* e *Google Blogs*. As palavras-chave utilizadas para a captura das mensagens foram “sustentabilidade” e “sustentável”. Foram coletadas mais de quarenta mil publicações, que foram processadas no *software* LPP – Estatística das letras Palavras e Períodos (BORTOLOSSI, 2009). Esse processamento consistiu de contagens de ocorrências de palavras. Esta primeira etapa permitiu conhecer e categorizar os principais tipos de conteúdos existentes, os atores mais presentes e definir os critérios para a segunda e definitiva fase da pesquisa.

Na segunda etapa, cujo estudo foi desenvolvido no *Twitter*, entre janeiro e julho de 2012, foi desenvolvida uma metodologia de processamento de dados. Os conteúdos foram coletados apenas no *Twitter*, por meio da busca pela palavra-chave “sustentabilidade”. Foram coletadas mais de quarenta mil mensagens, que além do processamento pelo *software* LPP (BORTOLOSSI, 2009) também foram processadas no *software* *Wordle* (FEINBERG, 2009) através do qual foram construídas as nuvens de *tags*<sup>1</sup> utilizadas para a visualização e análise dos dados. A metodologia de análise desenvolvida incluiu análises estatísticas, a construção e análise de nuvens de *tags* e a busca de conexões com fatos e acontecimentos relevantes para a

---

<sup>1</sup> *Tag* significa rótulo ou legenda.

interpretação dos dados.

Na revisão bibliográfica apresentam-se três discussões.

A primeira, relacionada à sociedade em rede, discute o poder de penetração social das tecnologias de informação e comunicação, sua expansão e abrangência e apresenta um breve histórico da internet. Em seguida discute-se como as redes digitais podem se configurar enquanto espaços públicos regidos por uma razão comunicativa como posto por Jürgen Habermas, e então traça-se um paralelo entre a cibercultura e os movimentos ambientalistas e ecológicos.

A segunda discussão envolve o conceito de sustentabilidade socioambiental, ressaltando o fato de que as preocupações com a conservação dos ambientes naturais acompanham a humanidade desde a aurora das civilizações, porém a globalização dos problemas e da busca por soluções se dá apenas a partir da década de 1960. Apresenta-se a variedade de discursos sobre o tema do desenvolvimento sustentável, enquanto o discurso hegemônico do ambientalismo, construído nas esferas institucionalizadas nacionais e internacionais e em contraponto aos discursos ambientalistas alternativos, considerados de raiz.

A terceira discussão apresentada na revisão bibliográfica trata do tema da ética na perspectiva do pensamento ambientalista. O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2005) chama atenção para o fato de que nas décadas de 1960 e 1970 a auto-restrição de necessidades e a crítica ferrenha à sociedade de consumo era central no movimento ambientalista, e que, já na década de 1990, essas ideias foram para um segundo plano. Época que o autor identifica com o predomínio de um *hedonismo ecológico* se instalando na sociedade.

No terceiro capítulo deste trabalho apresentam-se os aspectos metodológicos que nortearam a pesquisa e as técnicas utilizadas para a coleta, seleção, categorização e análise dos dados adquiridos.

Por se tratar de uma pesquisa interdisciplinar, que se aventurou no desenvolvimento de um método de análise próprio, este capítulo é bastante descritivo, buscando tornar o mais transparente possível as ações de pesquisa.

O quarto capítulo apresenta os resultados obtidos no estudo piloto e em seguida a discussão a respeito desta etapa exploratória. Apresenta também os resultados obtidos no estudo realizado no *Twitter*, e as discussões e aprofundamentos decorrentes destes resultados. Discute-se por fim alguns estudos desenvolvidos por pesquisadores das áreas de ciências da computação (VALLIATI, 2012), análise do discurso (KRIEG-PLANQUE, 2010), pesquisa de

opinião pública (LEI, 2012) e análise de redes sociais (RECUERO; ZAGO, 2011) e que obtiveram resultados semelhantes aos encontrados em nosso estudo, o que é indicativo da eficácia do método de pesquisa empregado.

Por fim, no quinto e último capítulo, encontram-se as considerações finais do trabalho de pesquisa e uma avaliação a respeito daquilo que o método empregado permitiu revelar, além da indicação de novos caminhos ou possibilidades de pesquisa na área de ambiente e sociedade sob a ótica da análise dos conteúdos e relações presentes nas redes sociais digitais.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Uma das fontes das quais a internet extrai seu dinamismo, é o desejo de uma comunicação transparente, em que os atores dominem, ao mesmo tempo, a informação e a mídia que a faz circular. [...] Tecer a rede por cooperação, progressivamente, a partir dos atores, fazer dela uma construção coletiva, organizar seu crescimento, todas essas disposições, lembremos, afirmam um modelo institucional ascendente, imanente, que tem por finalidade seu autodesenvolvimento (WEISSBERG, 2004 p. 123 – 124).

### 2.1 Sociedade em Rede e a expansão das tecnologias de informação e comunicação

Manuel Castells (1999) afirma que,

no final do século XX vivemos um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa 'cultura material' pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação (CASTELLS, 1999, p.67).

A essa nova estrutura social é o que Manuel Castells chama de Sociedade em Rede.

Da mesma forma, André Parente (2004), doutor em comunicação e pesquisador de novas mídias, afirma que:

as redes tornaram-se ao mesmo tempo uma espécie de paradigma e de personagem principal das mudanças em curso justo no momento em que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer um papel estruturante na nova ordem mundial (PARENTE, 2004, p. 92).

O poder de penetração e a velocidade com que as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) se difundem na sociedade é inédita em relação aos meios de comunicação anteriores. A mudança mais significativa é a transição de um sistema piramidal, de poucos se comunicando com muitos, para um modelo de comunicação horizontal, de muitos se comunicando com muitos (ibid, 1999).

Nos Estados Unidos da América o rádio demorou 30 anos para chegar a 60 milhões de pessoas, a TV o fez em 15 anos, e a internet alcançou esta marca em apenas três anos após sua criação (CASTELLS, 1999, p. 439). A internet conta atualmente com mais de dois bilhões de usuários (UIT, 2012), o que significa dizer que em torno de um terço da população mundial está conectada à rede mundial de computadores.

Nos encontramos num contexto, em termos de informação e de comunicação, onde a conectividade de todos com todos pode ser instantânea, “qualquer pessoa com os conhecimentos e recursos necessários – e se trata aqui de uma condicionante de imensa importância” (DOWBOR, 2002, p. 14) pode se conectar com qualquer outra pessoa (nas mesmas condições), formando assim o que temos chamado de sociedade em rede.

Apesar da velocidade de expansão da internet ser imensa, Castells (1999) demonstrou que existem desigualdades de presença na Rede. Analisando dados de diversas fontes ele aponta que em fins da década de 1990 a grande maioria dos usuários da internet se concentrava em países industrializados, e dentro dos países a desigualdade social, racial, sexual, etária e espacial era substancial. Prevalciam usuários com graus de escolaridade mais altos e nível de renda elevado. Em geral os usuários se concentravam em grandes centros urbanos ou suas proximidades, o que vem mudando sistematicamente nos últimos anos.

A União Internacional de Telecomunicações, uma agência das Nações Unidas, em seu relatório de 2012, aponta para o fato de que quase 60% dos usuários estão nos países em desenvolvimento, e prevê que até 2015 cerca de 40% dos lares nestes países vão ter acesso à internet (UIT, 2012). O que significa dizer que gradativamente as diferenças vão diminuindo, possivelmente através do barateamento e facilidades de acesso das populações à internet.

### 2.1.1 Internet: história e conteúdo

O desenvolvimento dos sistemas digitais de comunicação se deu em tal ritmo que, em pouco mais de duas décadas pode-se falar em três fases.

A primeira fase da internet é chamada de "Web 1.0", uma *read only web*<sup>2</sup>, também chamada de *web* estática. Possuía baixo nível de interatividade e se desenvolveu durante a década de 1990 (EVANS, 2006).

Já em sua segunda década, entre 2000 e 2009 ocorre a fase chamada "Web 2.0", agora uma *read-write web*<sup>3</sup> ou *web* dinâmica. A passagem da *Web* 1.0 para a 2.0 é marcada pela transição de uma “coleção de páginas” para uma verdadeira plataforma computacional (EVANS, 2006). É nesse momento que começam a se estabelecer as plataformas colaborativas de construção de informação, como os *blogs*, a *Wikipedia*, e também as redes

---

<sup>2</sup> *web* somente leitura

<sup>3</sup> *web* leitura-escrita

sociais digitais, como o *Twitter* e o *Facebook*.

A "Web 3.0" por sua vez é também conhecida como *Web Semântica*, uma *read-write-execute web*<sup>4</sup> ou *web* participativa, e trata-se um projeto em construção. Iniciou-se em 2010 e está prevista para durar até 2019 (EVANS, 2006). A *Web Semântica* é um projeto no qual pretende-se que os computadores sejam capazes de analisar sozinhos a informação presente na rede, de forma que se materializará a ideia de “agentes inteligentes”, máquinas ou programas capazes de interpretar a linguagem humana e quiçá interagir conosco.

Atualmente essa tendência se materializa, por exemplo, através de programas que interpretam nossas preferências, como os motores de busca que traçam perfis de utilização dos usuários e a cada nova busca nos apresentam resultados que se encaixam em nossas preferências ou interesses. No entanto ainda é difícil prever até onde chegarão as evoluções desta era.

É importante lembrar que a história da internet traz consigo uma dupla ideologia, conforme propõe Castells (1999) ao pontuar que a internet tem duas grandes fontes de origem, o *establishment* militar/científico e a contracultura computacional pessoal. E ambas possuem como base comum o mundo universitário.

A cultura dos primeiros usuários, com suas subcorrentes utópicas, comunais e libertárias, moldou a Rede (...). Mas à medida que os exageros das primeiras tribos de informática recuam sob o fluxo implacável das novatas, o que permanece das origens contraculturais da rede é a informalidade e a capacidade auto-reguladora de comunicação, a ideia de que muitos contribuem para muitos, mas cada um tem a própria voz (CASTELLS, 1999, p. 441).

Enquanto nos meios de comunicação de massa tradicionais a informação flui hierarquicamente do centro para as periferias, onde um fala e muitos escutam; com o estabelecimento das redes digitais, surge a possibilidade de alteração no sentido deste fluxo e, conseqüentemente, de alteração do papel do público, que deixa de ser mero consumidor para assumir um novo papel, onde além de consumir, passa também a produzir informações, fornecendo conteúdo e dando forma à rede (CASTELLS, 2000).

Pierre Lévy define a cibercultura como um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17). Sendo este um espaço criado a partir da conexão mundial dos computadores e englobando tanto sua

---

<sup>4</sup> *web* leitura-escrita-execução

estrutura material como “o universo oceânico de informações que ela abriga” (LÉVY, 1999, p. 17) e também as pessoas que utilizam e constroem esse universo.

Jean-Louis Weissberg (2004) enxerga a rede das redes como uma reação aos meios tradicionais de comunicação de massa e também identifica uma origem contracultural na *web*. Para o autor a rede traz consigo o desejo de uma comunicação transparente, em que os atores tenham domínio não apenas da mensagem, mas do meio que a faz circular.

Como afirma Weissberg (2004), o dinamismo da rede tem como uma de suas fontes “uma vontade de fazer-se ‘mestra e possuidora’ de um aparelho comunicacional, contra o Estado e suas tendências naturais à inquisição, assim como em oposição às empresas e instituições que desejam privatizar a comunicação social” (WEISSBERG, 2004, p. 124).

Esse movimento, como reação às mídias de massa, deseja a supressão dos intermediários especializados, em especial as grandes empresas de comunicação, centrando a mediação no usuário da rede.

Esse desejo é compreensível se considerarmos que a ação deles pode ter efeitos sociais, como os discutidos pela teoria crítica (Escola de Frankfurt), que fala da massificação e alienação; por Noam Chomsky quando este analisa a mídia enquanto instrumento de poder; ou ainda os levantados pela hipótese do *agenda setting* proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970 (MARTINO, 2009).

A hipótese do *agenda setting* por exemplo é definida como: "(...) um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá" (BARROS Fo, 2001, p. 169, apud BRUM, 2003, não paginado)<sup>5</sup>. Essa hipótese supõe que os meios de comunicação de massa têm o poder de influenciar a opinião pública ao inserir e/ou hierarquizar determinados temas nas conversas interpessoais cotidianas.

Os tipos de agenda propostos por McCombs são:

- a) agenda individual ou intrapessoal - corresponde às preocupações sobre as questões públicas que cada indivíduo interioriza;
- b) agenda interpessoal - são os temas mencionados nas relações interpessoais, percebidos por cada sujeito e discutidos nas suas relações;
- c) agenda da mídia - é o elenco temático selecionado pelos meios de comunicação;
- d) agenda pública - é o conjunto de temas que a sociedade como um todo estabelece como relevante e lhes dá atenção e
- e) agenda institucional - são as prioridades temáticas de uma instituição (BARROS Fo, 2001, p. 169, apud BRUM, 2003, Não paginado).

<sup>5</sup> BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 2001.

Noelle-Neumann (1995) estudiosa alemã dos meios de comunicação de massa, em seu trabalho "Espirale del Silencio, Opinión Pública: nuestra piel social"<sup>6</sup>, discute os efeitos da ação dos meios de comunicação e sua relação com a opinião pública e a opinião individual, afirmando ainda a possibilidade de um clima duplo de opinião, no qual existe uma discrepância entre o clima de opinião percebido pelo indivíduo e o clima apresentado pela mídia.

Na definição de Noelle-Neumann (1995), a opinião pública é a "aprobación o la desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente. Se trata de la aprobación o desaprobación perceptible para el individuo"<sup>7</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1995, p. 90).

Segundo Noelle-Neumann (1995), o mecanismo da espiral do silêncio é acionado em grande parte por medo ao isolamento, pois segundo ela "nuestra naturaleza social nos hace temer la separación y el aislamiento de los demás y desear ser respetados y queridos por ellos"<sup>8</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1995, p. 63).

O medo ao isolamento social seria uma das pressões que mantêm a sociedade, até certo ponto conformada e acomodada, e segundo a autora esse medo teria maior poder de influência do que a lei e as coerções explícitas. A autora enfatiza ainda que esse medo na maioria das vezes é inconsciente. "Libertad, sinceridad, individualismo... Aceptamos conscientemente todos estos como los valores que sentimos en nuestros propios seres; [...] Por eso, no podemos esperar razonablemente que la gente admita conscientemente su miedo al aislamiento"<sup>9</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1995, p. 64).

Dessa forma o medo ao isolamento tende a levar o indivíduo ao silêncio, isto é, a não se manifestar, ou ainda, caso tenha que se manifestar, a se manifestar de modo favorável ao clima de opinião que ele percebe como dominante. "En épocas de cambios drásticos es muy necesario prestar atención a cómo hay que comportarse para no quedarse aislado"<sup>10</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1995, p. 107). O mecanismo da espiral do silêncio funciona como

---

<sup>6</sup> Em português: A Espiral do Silêncio. Opinião Pública: Nossa Pele Social

<sup>7</sup> "aprovação ou desaprovação de opiniões e comportamentos publicamente observáveis. Trata-se da aprovação ou desaprovação perceptível ao indivíduo" (Tradução de: Vanessa C. S. Bueno).

<sup>8</sup> "nossa natureza social nos faz temer pela nossa separação e isolamento dos demais e nos faz desejar ser respeitados e queridos por eles" (Tradução de: Vanessa C. S. Bueno).

<sup>9</sup> "Liberdade, sinceridade, individualismo... Aceitamos conscientemente todos eles como valores que sentimos em nós mesmo. [...] Por isso mesmo, não podemos esperar que as pessoas admitam conscientemente seu medo do isolamento" Tradução de: (Vanessa C. S. Bueno).

<sup>10</sup> "Em tempos de mudanças drásticas é muito importante prestar atenção em como devemos nos comportar para não sermos isolados" (Tradução de: Vanessa C. S. Bueno).

uma espécie de garantia de controle social, onde muitas vezes o silêncio acaba sendo associado à sobrevivência social do indivíduo.

Evidentemente que existe ainda uma segunda opção, que é também apresentada pela autora, na qual o indivíduo portador do ponto de vista minoritário defende seus valores e sua individualidade. Esse é um grupo de indivíduos que não possuem ou já derrotaram seu medo ao isolamento, e como afirma a autora “ese grupo impulsa la sociedad hacia el cambio [...] La opinión pública, que para otros significa presión hacia la conformidad, es para ellos la palanca del cambio”<sup>11</sup> (NOELLE-NEUMANN, 1995, p.186), assim o indivíduo que opta por defender seu ponto de vista minoritário está aceitando o risco de ser isolado, ao mesmo tempo em que abre a possibilidade de encontrar outros indivíduos que pensem como ele, afirmando sua autonomia e liberdade de expressão.

Assim, tanto a hipótese do *agenda setting* quanto a teoria da espiral do silêncio podem ser relacionadas com o trabalho de Michel Foucault (1996).

A importância do discurso, o poder associado à posse da palavra é discutido em profundidade por Michel Foucault (1996). Em sua obra “A ordem do Discurso”, o autor discute os diversos mecanismos de controle dos discursos, que segundo ele são amplamente usados nos diversos setores da sociedade. Para Foucault (1996) a utilização destes mecanismos é necessária por conta de todo o poder intrínseco aos discursos. Como afirma o autor que “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos” (FOUCAULT, 1996, p. 8-9).

Neste sentido Marc Guillaume (2004) faz uma reflexão muito importante com relação ao tipo de conteúdo disponível nas redes, ao afirmar que:

(...) para as pesquisas concernentes à sociedade e para o pensamento filosófico (...) pode-se recear que as ideias dominantes, convencionais ou superficiais, sejam massivamente majoritárias nas redes e terminem por ‘engasgar’ o trânsito das ideias inovadoras ou perturbadoras. (...) Alguns observadores receiam, assim, (...) que se chegue a um ‘pensamento sem pensador’, veiculando principalmente as ideias mais conformistas (GUILLAUME, 2004, p. 159).

Da mesma forma, Rüdiger (2011) apresenta a perspectiva de Adorno e Horkheimer para quem “a linguagem deixou-se colonizar pelas palavras de ordem, as frases feitas e os clichês veiculados pela mídia” (ibid, p. 133), ou ainda “a conversação se converteu em

---

<sup>11</sup> “esse grupo impulsa a sociedade a mudar [...] A opinião pública, que para os outros significa pressão para o conformismo, é para esses a alavanca de mudança” (Tradução de: Vanessa C. S. Bueno).

ventriloquia” (ADORNO, 1975 apud RÜDIGER, 2011, p. 133).

Sob esta perspectiva, a comunicação – pela construção de seu simulacro técnico – torna-se inócua. É eficiente na troca de mensagens, mas de forma cega e automática. E Rüdiger (2011), citando Adriano Rodrigues afirma ainda que “a conversação, tendendo a se tecnicizar, reduz-se então, cada vez mais, à pura e simples troca de informação [...] o estágio atual [da comunicação], marcado pelo advento das telemídias, direciona-se para a expressão instrumental” (RODRIGUES, 1990 apud RÜDIGER, 2011, p. 130).

Já Pierre Musso (2004) identifica a rede como prótese técnica de utopia da mudança social, como indicadora de um futuro libertador, trazendo consigo um imaginário da transição entre o atual sistema piramidal e hierárquico e um novo tipo de relação igualitária num sistema de associação universal, como afirma “as verdadeiras revoluções são, hoje, as rupturas oferecidas pelas tecnologias de comunicação, a começar pela internet, que realiza a utopia da associação universal pelas redes de comunicação” (MUSSO, 2004, p. 34).

Essa ambivalência da rede foi um dos focos do estudo desenvolvido. Buscamos avaliar se as redes sociais digitais se apresentam como um espaço para construções discursivas dialógicas, regidas por uma razão comunicativa ou se são apenas um território de reprodução das ideias dominantes.

Na vivência cotidiana das redes sociais digitais fica claro que a repetição de conteúdos prontos pressupõe a concordância, ou ao menos uma afinidade do usuário com aquela ideia, e cujo conteúdo pode possuir significados profundos. A pesquisa desenvolvida teve assim o cuidado de observar tanto as redundâncias (muito presentes) quanto buscar e observar as expressões pessoais ou pensamentos autorais, frutos de reflexão individual, e não mera repetição de frases feitas, de modo a se aproximar de uma compreensão do teor dos conteúdos disponíveis.

### **2.1.2 A esfera pública e os espaços virtuais**

Do mesmo modo que Umberto Eco fez com a crítica da comunicação midiática, dividindo-a em dois grandes grupos: apocalípticos e integrados (MARTINO, 2009), Rüdiger (2004) propõe também uma divisão das correntes de crítica à Cibercultura em dois grandes grupos: prometéticos e fáusticos. Os primeiros são os que depositam uma esperança nessa nova ordem comunicacional, ou seja, uma expectativa positiva em direção à constituição de

uma sociedade mais democrática. Já os fáusticos são os que olham para essa nova ordem com certa desconfiança, observando um aumento das estruturas de vigilância e controle da sociedade.

O conceito de rede suscita muitas metáforas. Segundo Musso (2004), as metáforas relacionadas à ideia de rede são sempre de natureza dual: vida (circulação dos fluxos) *versus* morte (se a rede não funciona); vigilância *versus* circulação (vigilância da circulação e circulação da vigilância). A rede está no meio do caminho entre a hierarquia e a desordem absoluta, sua figura não é tão linear e estruturada como a árvore ou a pirâmide, mas sua trama impede que se instaure o caos (ibid.).

O autor (MUSSO, 2004) também ressalta que esta simbologia é biface: "(...) o inferno do controle pode virar o seu contrário, o paraíso da circulação. Os adeptos da rede defenderão o poder periférico, descentralizado que ela permite; os céticos criticarão a oportunidade que ela oferece ao poder central de controlar o planeta" (ibid, p. 36).

Marc Guillaume (2004) pondera sobre a dualidade das redes digitais ao afirmar que há duas posturas possíveis diante das redes digitais de comunicação, uma visão positiva na qual as redes permitem uma livre troca de opiniões, podendo até mesmo “favorecer a ‘democracia direta por limitar os desvios ou as falhas da democracia representativa’ ” (GUILLAUME, 2004, p. 151). E por outro lado, o perigo das “representações virtuais que permitem toda sorte de manipulações” (GUILLAUME, 2004, p. 152).

É comum a diversos autores (os prometéticos), entre eles Bustamante (2010) e Musso (2004), por exemplo, a associação da internet, enquanto um espaço para o exercício da cidadania, à ágora Ateniense, como afirmaram Nora e Minc<sup>12</sup> (1978 apud RÜDIGER, 2011, p. 119).

(...) a conversa informatizada e os seus códigos devem criar de novo uma ágora informacional, alargada às dimensões da nação moderna, de onde emanarão progressivamente acordos, compromissos, que exprimirão um consenso responsabilizando coletividades cada vez mais vastas, perspectivas cada vez mais longínquas (NORA; MINC, 1978, p. 141-144 apud RÜDIGER, 2011, p. 119).

Do mesmo modo Marc Guillaume (2004) identifica a emergência de um novo *espaço público virtual*, e sob esta perspectiva a presente pesquisa buscou avaliar até que ponto as redes sociais digitais correspondem a estas observações.

Compartilhamos com Rüdiger (2011) da ideia de que a comunicação representa um processo social primário, dinâmico e ativo, e que tem sido cada vez mais determinado pelos

<sup>12</sup> NORA, S.; MINC, A. **A informatização da sociedade**. Lisboa: Europa-América, 1978.

meios de comunicação. O autor (ibid.), baseando-se no trabalho do historiador e economista canadense Harold Innis afirma: “A comunicação é um meio de projeção da consciência, que se reveste de determinadas estruturas técnicas e, assim, modela as formas de vida em sociedade” (ibid. p. 121). Também é inolvidável o fato de que “a comunicação só faz sentido contra o pano de fundo da práxis vital imediata, tecida simbolicamente” (ibid. p. 125).

Assim, concordamos com Rüdiger (op.cit.) também quando este afirma que “a comunicação é uma mediação simbólica da práxis social que obedece a diferentes codificações, conforme concluem as pesquisas realizadas nessa direção, devedoras do esforço de síntese promovido pela teoria da ação comunicativa habermasiana” (ibid. p. 125).

Jürgen Habermas, principal expoente da segunda geração da Escola de Frankfurt, reconstruiu a teoria crítica da sociedade desenvolvendo o conceito de esfera pública moderna, trabalhando os conceitos de razão comunicativa e comunidade ideal de comunicação.

A esfera pública é para Habermas uma “categoria central” das sociedades ocidentais. O conceito de “esfera pública” pode ser entendido como um campo de intersecção entre as esferas do Mercado, do Estado e a Esfera Privada. Dentro da esfera pública podem ser determinados os “espaços públicos” que designam a existência de instâncias mais específicas, destinadas a tratar de determinados temas colocados em pauta na esfera pública (SANTOS, 2005).

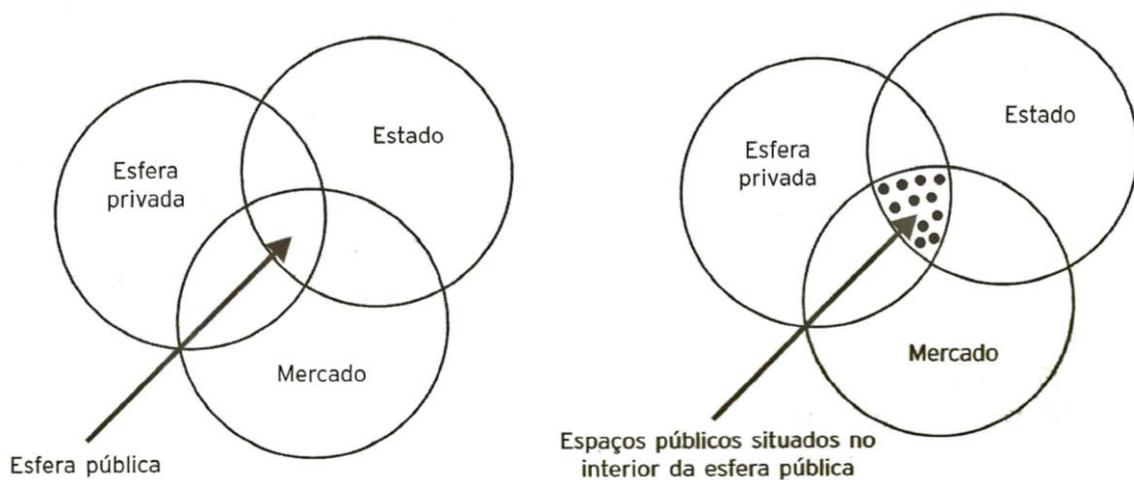


Figura 1 - Esquematização Esfera Pública / Espaço Público. Fonte: SANTOS, 2005, p. 56

Rüdiger (2011) nos mostra que Jürgen Habermas, em seu livro de 1962, "Mudança estrutural da esfera pública", faz um diagnóstico da esfera pública moderna enquanto espaço de poder social, sendo este um espaço no qual se encontravam “pessoas privadas, reunidas livremente como público, para discussão e deliberação consensual de seus assuntos comuns”

(RÜDIGER, 2011, p. 97). Habermas diagnostica também sua decadência por conta da colonização deste espaço pelo Mercado (capital), e pelo Estado, sobretudo por conta da expansão das mídias de massa.

Já em 1981, no livro "Teoria da ação comunicativa", Habermas renova seu conceito de comunicação, e afirma que embora o século XX tenha nos apresentado trágicas experiências históricas, as potencialidades da modernidade não se esgotaram, e que a reabilitação prática da razão comunicativa “pode contribuir para libertar o homem das relações de poder criadas pela segunda forma de razão [razão instrumental] e colocá-lo socialmente cada vez mais perto da chamada utopia da comunicação” (RÜDIGER, 2011, p. 98) ou seja, da racionalidade comunicativa.

Para salvaguardar o espaço público da manipulação que este pode vir a sofrer, sendo transformado em instância de legitimação dos sistemas de poder, Habermas defende a “autogeração” do espaço público “que deve emergir como instância autônoma, com base na opinião coletiva, e cuja razão de existência é o interesse público” (SANTOS, 2005, p. 57).

A *Teoria do Agir Comunicativo* de Habermas propõe que a racionalidade comunicativa, isto é, a interação entre os indivíduos através da comunicação, pode produzir consensos sociais da realidade (MASCARO, 2010; SILVA, S. L. P., 2001).

Segundo análise de F. C. SILVA (2001), no livro "Entre fatos e normas", da década de 1990, Habermas defende que a esfera pública tem poder de influência indireta sobre o Estado na forma de legitimação (SILVA, F. C., 2001), e que a esfera pública vai se constituir de uma extensa rede de “sensores que reagem à pressão dos problemas sociais e que estimulam os líderes de opinião” (HABERMAS, 1992, p. 300 *apud* SILVA, F. C., 132.) tendo poder de influência sobre a administração estatal.

Tendrich (1997) defende a ideia habermasiana de que através do embate público das opiniões dos diversos atores da sociedade civil e do intercâmbio discursivo de argumentos publicamente sustentáveis é que os membros da sociedade podem ser a instância geradora do poder político legítimo. A noção de espaço público de J. Habermas trata exatamente deste *locus* no qual se desenvolvem “os processos de formação democrática de opinião pública e da vontade política coletiva” (TENDRICH, 1997, p.152).

Tendrich afirma ainda que J. Habermas, com seus trabalhos teóricos, encoraja “a existência de uma comunidade de indivíduos participativa, consciente e solidária, onde há uma arena de discurso, autônoma (posto que não foi criada pelo sistema político) e influente, a que denominamos espaço público” (TENDRICH, 2007, p. 155).

Para a crítica marxiana, no entanto, a esfera pública da sociedade civil burguesa do século XIX conceitualizada por Habermas se trata de mero artifício ideológico, que tem como função defender apenas os interesses da classe burguesa perante o Estado, já que não havendo inclusão universal e oportunidades iguais de participação, estão violados os princípios constitutivos do processo de formação de uma verdadeira esfera pública (SILVA, F. C., 2001).

Na perspectiva da crítica marxiana, a condição para que a esfera pública fosse capaz de contribuir para “a racionalização da dominação política, a dissolução do poder político em poder *público*” (SILVA, F. C., 2001 p. 119-120) passa necessariamente pela socialização dos meios de produção. Enquanto para Habermas as desigualdades sociais e econômicas poderiam ser “esquecidas” durante o diálogo. A proposta marxiana é que essas desigualdades deixem de existir, de forma que seja possível realmente colocar todos os participantes da esfera pública em pé de igualdade hierárquica para um diálogo no qual prevaleça apenas a força do melhor argumento (SILVA, F. C., 2001).

Considerando os novos espaços públicos e seguindo a mesma linha de raciocínio da crítica marxiana, Ladislau Dowbor (2002) defende que:

a informação generalizada pode ser um instrumento poderoso para facilitar a reconversão social que se prepara. Tal como evolui hoje, serve essencialmente para concentrar mais poder e para aprofundar o fosso social. **A democratização dos meios de comunicação constitui hoje a linha de frente das transformações** (DOWBOR, 2002, p.23, grifo nosso).

Nesse sentido é importante ressaltar dois pontos importantes, o primeiro é que a inclusão digital vem ocorrendo rapidamente nos últimos anos, como apontam os dados apresentados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2012), mas realmente ainda há ainda um longo caminho para atingirmos uma verdadeira democratização dos meios de comunicação.

O segundo ponto trata do fato que hoje estamos numa fase do capitalismo, como defende o economista (DOWBOR, 2002), que se define não apenas pela propriedade dos meios de produção de bens de consumo, mas, sobretudo, pela propriedade dos meios de produção dos bens simbólicos (estes orientando a circulação de bens e serviços na sociedade).

Como afirma Dowbor (ibid.), na atualidade, o *fetichismo* perdeu seu caráter de complemento, tendo passado a um fator central na geração do valor de troca. “O elemento cultural deixa de ser *superestrutura*, torna-se o processo central da reprodução econômica, o *locus* privilegiado de geração de lucro” (DOWBOR, 2002, p.17).

Os meios de produção da maioria dos bens simbólicos; ligados ao desejo e ao fetichismo;

são na contemporaneidade, a televisão, o rádio, os jornais e revistas; e mais recentemente a internet e as conexões móveis, que abrigam as mídias tradicionais de diversas formas e também se organizam em um sistema de redes sociais digitais.

Trata-se do informacionalismo proposto por Castells (1999), para quem, inclusive,

não deixa de ser importante quem teve acesso primeiro, e a quê, porque, ao contrário da televisão, os consumidores da *Internet* também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia. Assim, o momento de chegada tão desigual das sociedades à constelação da *Internet* terá conseqüências duradouras no futuro padrão da comunicação e da cultura mundiais (CASTELLS, 1999, p. 439).

O conceito de informacionalismo está ligado à dependência que o ser humano – tanto individual como coletivamente – vem desenvolvendo em relação ao fluxo de informações da sociedade em rede (CASTELLS, 1999). Trata-se da emergência de uma nova estrutura social "associada ao surgimento de um novo modo de desenvolvimento, o informacionalismo, historicamente moldado pela reestruturação do modo capitalista de produção, no final do século XX" (ibid., p.51).

Nesse sentido, é o que identifica Ladislau Dowbor (2002), para quem:

a dinâmica econômica tem hoje na cultura e nas suas bases tecnológicas o seu centro de gravidade. A cultura não é mais uma superestrutura que assegura o controle ideológico, que permite por sua vez a exploração. A própria cultura tornou-se o grande negócio. Vende-se: emoções (DOWBOR, 2002, p.22).

Como bem afirma Pierre Lévy, "não são os pobres que se opõe à internet – são aqueles cujas posições de poder, os privilégios (sobretudo os privilégios culturais) e os monopólios encontram-se ameaçados pela emergência dessa nova configuração de comunicação" (LÉVY, 1999, p. 13).

Segundo o economista Ladislau Dowbor, para que o cidadão possa exercer os direitos humanos de forma geral "o acesso à informação deve ser universal, público e gratuito. A cultura é um bem universal, essencial de nossa humanidade" (DOWBOR, 2002, p.25).

Para Dowbor (2002) a comunicação não é apenas um meio, mas sim "(...) um fator determinante da transformação cultural em curso e se tornou o eixo central das transformações estruturais tanto na economia como na política" (DOWBOR, 2002, p.23).

É na e pela comunicação que se constrói a democracia, e por isso nosso interesse por esse objeto de estudo, que pretende conhecer o conteúdo e o teor dos discursos, falas, dizeres da sociedade, expressos pelos atores presentes nas redes sociais digitais e relacionados à temática socioambiental, em nosso caso referente especificamente à expressão "sustentabilidade", um dos temas centrais, senão o paradigma emergente da nossa era

civilizatória.

As redes sociais digitais, na atualidade, podem ser encaradas como “termômetros” da sociedade, ambientes autônomos, no qual a expressão é livre e portanto donde é possível resgatar opiniões, observar discussões e apreender alguns posicionamentos políticos de membros da sociedade acerca de diversos temas.

Manuel Castells, afirma também que “vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação” (CASTELLS, 1999, p. 421).

Outro pesquisador que considera as redes digitais enquanto espaços importantes para a formação da opinião pública é Javier Bustamante (2010). Este relaciona as redes digitais ao conceito de cidadania, e embora temeroso de que as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) possam ser um caminho para a “hipocidadania”, a favor das instituições centralizadas e em detrimento dos cidadãos, o autor encara as novas TICs como a possibilidade de um caminho para a “hipercidadania”, recorrendo a Aristóteles para afirmar “(...) que a pólis não pode se estender além do alcance da voz dos cidadãos, pois sua essência é o diálogo democrático que se manifesta na ágora como ponto de encontro” (BUSTAMANTE, 2010, p. 19).

Bustamante (2010) afirma também que as redes digitais seriam a ágora da modernidade, e assim se configurariam como espaço público (na acepção de Habermas), se tornando um espaço para o exercício mais profundo da participação política pelos indivíduos através das redes e permitindo a recuperação da autonomia microssocial, como afirma o autor:

a extensão dessas práticas comunicativas a todas as áreas da vida supõe, definitivamente, caminhar até que o indivíduo recupere a esfera do biopoder. Esta é uma das facetas que mostra a relação que existe entre as redes digitais e a cidadania digital (ibid. p. 31).

Ou ainda como afirma Renato Rovaí (2013), para quem as redes que se articulam nas plataformas sociais como o *Facebook*, por exemplo, “não mais se dissiparão. Essas redes são anteriores a internet. Elas são espaços da esfera pública. Na França da revolução burguesa, os cafés de Paris faziam esse papel” (ROVAÍ, 2013, não paginado).

Há estudiosos do tema que se posicionam de maneira contrária, como Marc Guillaume (2004), que não acredita na plena participação da interatividade nos processos políticos. Ele reconhece que “(...) as redes permitem mediações internas à sociedade civil, uma espécie de boca a boca *eletrônico*, que compensam em parte os efeitos a esse respeito desestruturantes

dos meios de comunicação de massa irradiantes”<sup>13</sup> (GUILLAUME, 2004, p. 153). No entanto afirma que o tempo da democracia, histórico e social, é um tempo longo “o da confrontação de valores, do debate de ideias, da colocação das escolhas feitas à prova” (ibid.) e não pode ser eclipsado pelo imediatismo das decisões em um clique.

Assim, considerando a presença, expansão e importância das redes digitais na comunicação social, e sua configuração como novo espaço público, foi que decidimos realizar a pesquisa, sistematização e análise dos conteúdos veiculados nessas redes acerca do tema da sustentabilidade.

### **2.1.3 Elementos norteadores para a constituição e funcionamento dos espaços públicos**

Para responder à Guillaume (2004), podemos, em termos formais, considerar alguns elementos norteadores para a constituição e funcionamento dos espaços públicos, conforme proposto por Habermas e assinalado por Tendrich (1997) como sendo, em primeiro lugar a existência de uma cultura comum, porém não homogênea, que permite o reforço das identidades locais num diálogo compreensível entre os diferentes. Essa cultura comum nas redes digitais é a cibercultura.

Um segundo elemento basilar para a constituição e funcionamento dos espaços públicos é a existência de instâncias institucionalizadas que garantam a autonomia dos diversos atores sociais envolvidos. Em certa medida, dentro das redes sociais digitais, a organização dos atores em grupos e comunidades de interesse atende a estas condições, posto que a sociedade civil tem a possibilidade de se organizar, agrupar, e mobilizar ao redor de temas de seu interesse, tanto dentro como fora dos espaços de comunicação digital.

Claro que também podemos observar a colonização desse espaço pelo mercado (capital), através, por exemplo de ações de *marketing* que criam comunidades de marca e *fan pages* com objetivo de construir um relacionamento mais íntimo com os consumidores ou mesmo obter publicidade gratuita. Ambas as iniciativas, tanto as mobilizadoras quanto as mercadológicas, coexistem nos espaços das redes digitais.

Outro elemento fundamental para a efetividade de funcionamento dos espaços

---

<sup>13</sup> O autor Guillaume (2004), propõe a classificação das mídias em duas famílias, são irradiantes as mídias clássicas, características da modernidade, com difusão a partir de um centro, como a televisão, o rádio, o jornal ou o livro; e comutativas as novas mídias (ou mídias pós-modernas), o telefone ou os computadores em rede.

públicos é a presença de um arcabouço jurídico que garanta a liberdade de expressão e associação, entre outras. Nas redes digitais as liberdades de expressão e associação encontram-se bastante ameaçadas, como observa-se nas decisões judiciais que imputam criminalmente indivíduos por suas publicações nas redes sociais.

Como exemplo pode-se citar o caso dos jovens presos e condenados a quatro anos de prisão na Inglaterra, por terem incitado a violência através do *Facebook*. Eles não provocaram nenhum ato de violência no “mundo real”, apenas sugeriram a ideia de forma *online* (JUIZ, 2011).

Além disso, essas redes são espaços de livre acesso e muita exposição, o que facilita muito a vigilância. Entretanto essas liberdades ainda são possíveis, embora não de forma simples, pois o usuário pode criar uma *persona* virtual desconectada de sua identidade no mundo real.

O quarto elemento fundamental para o funcionamento dos espaços públicos é que seja possível uma leitura crítica das normas vigentes, de onde possam emergir novas normas e valores morais que regem a vida social. Como leitura crítica estamos nos referindo a um olhar sobre as normas que questione sua validade e sua base de valores, uma avaliação elaborada através da razão que seja capaz de construir novas possibilidades de sociabilidade.

É aqui que se encaixa a presente pesquisa, que buscou avaliar, com relação ao tema da sustentabilidade, se existem vozes críticas se expressando nas redes digitais, quais são elas e o que têm a dizer.

Tendo em vista todas essas considerações, acreditamos ser possível situar as redes sociais digitais no contexto de uma esfera pública, anarquicamente organizada e onde se inscrevem processos de construção de opinião, sendo um domínio que propicia a razão comunicativa. Não são espaços de ação direta, mas possibilitam a discussão de ideias e a organização da ação, tanto *on-line* quanto *offline*. Acreditamos assim, que a pesquisa dos conteúdos presentes nas ferramentas disponíveis na internet podem fornecer algumas pistas e sinais dos possíveis consensos gerados pela via do diálogo democrático.

Essas afirmações vão de encontro à maior preocupação do trabalho desenvolvido, que busca sobretudo, detectar vozes criativas, na direção do que Boaventura de Souza Santos (2004) chamou de pistas. No caso nos interessam as pistas para as condições de construção de um possível mundo sustentável, por isso não necessariamente vozes submissas aos interesses neoliberais ou às pressões de mercado, que estão levando o planeta ao esgotamento dos recursos naturais, mas vozes em busca da emancipação, enfrentamento ou superação dos

desafios que a questão ambiental impõe à sociedade.

Boaventura de Souza Santos (2004) introduz em sua *sociologia das emergências* o conceito de Ainda-Não (*NochNicht*) de Ernest Bloch<sup>14</sup> (1995). O Ainda-Não é a forma como o futuro se apresenta no presente. O Ainda-Não exprime o que existe apenas como latência, uma tendência que pode vir a se manifestar, ideia de uma possibilidade concreta, porém não determinada. Incerta, mas nunca neutra, que pode levar à salvação ou à perdição, e por isso mesmo, torna o futuro escasso e objeto de cuidado.

Para identificar o Ainda-Não (as tendências de futuro), Santos (2004) propõe, no contexto da sociologia das emergências, o procedimento da ampliação simbólica dos saberes, práticas e agentes. O processo de amplificação simbólica é uma investigação prospectiva.

Trata-se de dar atenção excessiva às dimensões sociais enquanto sinais ou pistas. Tem o duplo objetivo de tornar menos parcial nosso conhecimento das condições do possível, conhecendo as condições de possibilidade da esperança (de salvação) e ao mesmo tempo conhecer o que da realidade investigada faz dela pista ou sinal.

As redes sociais da internet são um campo privilegiado para avaliar a relação entre os diversos discursos presentes na sociedade, pois nas redes sociais digitais estão presentes os representantes do mercado, do Estado e os membros da sociedade (de forma cada vez mais democrática social e culturalmente), todos se expressando e interagindo.

Tomando-se o cuidado de avaliar os dados para além da expressividade numérica dos conteúdos, e olhando para além das redundâncias evidentes, torna-se possível perscrutar a presença dos diversos discursos sociais sobre a temática da sustentabilidade ambiental no grupo de pessoas que participam dessas redes, e assim podemos considerar o conteúdo desses discursos e suas formas de articulação como pistas de um mundo possível.

#### **2.1.4 A cibercultura e o ambientalismo**

Manuel Castells (2000) define o ambientalismo como sendo

todas as formas de comportamento coletivo que, tanto em seus discursos como em sua prática, visam corrigir formas destrutivas de relacionamento entre o homem e seu ambiente natural, contrariando a lógica estrutural e institucional atualmente predominante (CASTELLS, 2000, p. 143).

---

<sup>14</sup> BLOCH, E. **The principle of hope**. Cambridge, Mass.: MIT Press. 1995

Para o autor, o movimento ambientalista, em termos de produtividade histórica – impacto em valores culturais e instituições sociais – foi o movimento social que adquiriu o maior destaque, por ter conseguido atingir os mais diversos setores da sociedade, inclusive empresas e plataformas políticas, e segundo Castells “o ambientalismo vem se tornando uma das mais importantes forças da opinião pública” (CASTELLS, 2000, p. 164).

Castells propõe a hipótese de que:

(...) existe uma relação direta entre os temas abordados pelo movimento ambientalista e as principais dimensões da nova estrutura social, a sociedade em rede, que passou a se formar dos anos 70 em diante: ciência e tecnologia como os principais meios e fins da economia e da sociedade; a transformação do espaço; a transformação do tempo; e a dominação da identidade cultural por fluxos globais abstratos de riqueza, poder e informações construindo virtualidades reais pelas redes da mídia (CASTELLS, 2000, p. 154).

O autor afirma que boa parte do sucesso do movimento se deve à sua “notável capacidade de adaptação às condições de comunicação e mobilização apresentadas pelo novo paradigma tecnológico” (CASTELLS, 2000, p. 161).

Neste mesmo sentido, Pedro Jacobi (2000) ao analisar o movimento ambientalista brasileiro observa que após meados da década de 80 a temática ambiental assume um papel relevante no discurso dos diversos atores da sociedade brasileira, e que o ponto de inflexão do movimento ambientalista se dá com a constituição de fóruns e redes, que com o apoio da dinâmica virtual, em última análise, “interconectam instituições, práticas sociais diferenciadas e alargam o alcance das agendas” (JACOBI, 2000, p. 135).

Na perspectiva de Castells (2000) outro fator para o sucesso do movimento ambientalista é sua “relação de simbiose” (CASTELLS, 2000, p. 161) com a mídia, que dota os temas ambientais de uma legitimidade maior que a atribuída a outras causas, capaz de mobilizar a opinião pública como forma de pressão sobre o poder instituído.

Castells (2000) afirma ainda que “os ambientalistas também estão presentes na vanguarda das novas tecnologias de comunicação, utilizando-as como ferramentas de organização e mobilização, principalmente pela Internet” (CASTELLS, 2000, p. 162).

Assim, esse novo momento histórico que vivemos, cujo modelo de desenvolvimento é denominado de informacionalismo por Manuel Castells (1999), acaba se constituindo como pano de fundo ideal para o crescimento e a disseminação dos ideais das causas ligadas à questão ambiental. As redes sociais compatibilizam com o ambientalismo por sua lógica, que reconhece a interdependência social e que convoca a humanidade para pensar e gerar uma

nova forma de sobrevivência e de convivência no planeta, o que envolve muito diálogo e pouco impacto ambiental, espaço propiciado pelas redes sociais digitais.

## 2.2 Sustentabilidade

A ideia de crise ambiental já é antiga e vem acompanhando o desenvolvimento das diversas civilizações humanas. O historiador J. M. Roberts, (apud CAUSO, 2003, p. 66) em seu livro *History of the World*, afirma que o Épico de Gilgamesh é a história mais antiga do mundo. John Perlin (1992) nos conta um episódio desta história, que é conhecido como "História das Florestas".

Há cerca de 4.700 anos, numa cidade-reino no sul da Mesopotâmia, chamada Uruk, localizada no Crescente Fértil (berço da civilização ocidental), o rei Gilgamesh decidiu construir uma cidade que perpetuasse seu nome, e para isso era necessário explorar uma grande e intocada floresta de madeira de lei da região. No entanto aquela floresta era a “moradia dos deuses”, e Gilgamesh teve que enfrentar e vencer os guardiões da floresta para se tornar senhor absoluto da mata, e então ordenar sua derrubada. Como consequência, o deus Enlil, responsável pela prosperidade da Terra, lança uma série de maldições ecológicas para que Gilgamesh e seu povo ficassem sem água e comida (PERLIN, 1992, p. 35-38).

Os escritores do *Épico de Gilgamesh* sabiam que assim que a civilização tivesse acesso às florestas, as árvores ficariam vulneráveis. Também sabiam que a aridez seguiria, de forma natural, o desmatamento e assim terminava a história, lamentando o estado deplorável do sul da Mesopotâmia, bem como das muitas outras civilizações empenhadas em destruir as florestas (PERLIN, 1992, p. 39).

Segundo as leituras do épico feitas por Causo (2003) e Mendonça (2005), a figura de Gilgamesh é a de um herói mítico civilizador, se opondo a tudo que é selvagem e domando a natureza. Já nessa época a civilização era baseada numa agricultura intensiva, e acredita-se que a Baixa Mesopotâmia tinha muitos problemas com inundações, o que ameaçava constantemente sua frágil prosperidade. Assim afirma Causo (2003) que a lenda de Gilgamesh “(...) incorpora mitos que afirmam a separação da humanidade com respeito ao mundo natural (...) e nada mais justo que essa construção de mitos acontecer na própria alvorada da civilização ocidental” (CAUSO, 2003, p. 66).

Desde a Idade do Bronze até meados do século XIX a madeira foi o principal combustível e material de construção de quase todas as sociedades (PERLIN, 1992), e por

isso o autor afirma que o épico de Gilgamesh

(...) transcende o tempo, prenunciando acontecimentos futuros. A guerra que Gilgamesh travou contra a natureza se repetiu por gerações em todos os cantos do planeta, com o objetivo de suprir as provisões do material de construção e combustível necessários para o contínuo crescimento material de cada civilização (PERLIN, 1992, p. 39).

Como afirma Perlin (1992), na Grécia Antiga, quando a madeira se tornou escassa, Aristóteles recomendou que as cidades-estado cuidassem da proteção das florestas pela força da lei, e ainda no século IV a.C. muitas delas adotaram leis de proteção das florestas e regulamentaram o uso da madeira.

Durante o período do Império Romano, a escassez de madeira fazia com que esta fosse trazida de muito longe até Roma, onde também era comum a reciclagem do vidro, no intuito de economizar energia, à época a madeira (MENDONÇA, 2005. p. 71).

Conhecemos também a história da Ilha de Páscoa, como um dos mais pungentes exemplos de desastre ambiental da humanidade. De acordo com Jared Diamond (2007) o ocorrido na ilha polinésia pode ser chamado de "desastre ecológico 'puro' [ provocado pelo desmatamento total da ilha, que levou à ] guerra, queda da elite e das famosas estátuas de pedra e mortandade maciça da população" (DIAMOND, 2007, p. 38).

Brito (2007), com base em dados da FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) estima que atualmente, uma em cada três pessoas ainda depende da madeira como fonte primária de energia, em especial as famílias de países em desenvolvimento. No entanto, após as Revoluções Francesa e Industrial, que transformaram a cultura e a economia das sociedades modernas, o amplo uso do petróleo deu um novo fôlego ao crescimento econômico, ao mesmo tempo em que a escala dos problemas ambientais começou a se mostrar sem precedentes na história da humanidade.

Como afirmam diversos autores (WALLERSTEIN, 2002; GADOTTI, 2009; LASLÓ, 2009; SANTOS, 2000, 2004, 2007), a sociedade contemporânea globalizada se encontra num momento de transição. Gadotti (2009) afirma que "vivemos uma crise de civilizações" (GADOTTI, 2009, p.11). A crise ambiental é antes de tudo uma crise do nosso modelo de desenvolvimento, uma crise civilizatória, uma crise de paradigma de desenvolvimento.

Wallerstein (2002) fornece uma compreensão geral do paradigma hegemônico e a constatação de que nos encontramos em um período de transição paradigmática, o paradigma científico atual está em crise e o paradigma emergente não pode ser somente científico, mas

deve ser também social.

Nesse sentido, aproxima-se da leitura de Boaventura de Souza Santos (2000), que afirma também que nos encontramos num momento de transição paradigmática nas ciências sociais, e propõe o desenvolvimento de um conhecimento prudente para uma vida decente, no qual “o desenvolvimento tecnológico deve traduzir-se em sabedoria de vida” (SANTOS, 2000, p. 102).

Segundo Immanuel Wallerstein (2002) trata-se de uma crise do sistema-mundo. Para ele "a primeira metade do século XXI será (...) muito mais difícil e incerta, e muito mais aberta do que tudo que tenhamos conhecido no século XX" (WALLERSTEIN, 2002, p. 33).

Wallerstein (2002) faz essa afirmação partindo de três premissas, a primeira é a constatação de que os sistemas históricos, como todos os sistemas, têm vidas finitas, têm um começo, um desenvolvimento e, quando se afastam do ponto de equilíbrio atingem um ponto de bifurcação, após o que se extinguem.

A segunda premissa é o fato de que nesses pontos de bifurcação insumos pequenos geram grande produto, “(...) é somente nos períodos de transição que o que chamamos de livre arbítrio pesa mais do que as pressões do sistema existente para voltar aos equilíbrios” (WALLERSTEIN, 2002, p. 35).

E a terceira premissa é a compreensão de que o resultado da bifurcação é indeterminado. Wallerstein (2002) afirma assim, que como sistema histórico, o sistema mundo entrou em crise terminal.

No ponto de bifurcação no qual nos encontramos a relevância da pesquisa em andamento assenta na possibilidade de mapear e compreender os indícios desses pequenos insumos; ou pistas e sinais nas palavras de Santos (2004); que estão sendo produzidos na sociedade, com base em suas manifestações na cibercultura por meio do estudo no ambiente do *Twitter*; quanto à problemática ambiental.

Sendo indeterminado o resultado da bifurcação, o progresso da humanidade não é inevitável e, por conta disso, nos sistemas sociais humanos a luta em prol de uma boa sociedade é contínua. Para Wallerstein (2002) essa incerteza é maravilhosa posto que abre o futuro à criatividade, como afirma o autor: “(...) a mudança fundamental é possível, embora nunca indubitável, e este fato exerce pressão sobre nossa responsabilidade moral no sentido de agirmos racionalmente, com boa fé e vigor, na busca por um sistema histórico melhor” (ibid., p. 35).

O filósofo húngaro Ervin László (2009) afirma que natureza e sociedade se encontram

interligados, formando um sistema dinâmico, e que esse sistema está muito próximo de um ponto de bifurcação,

no qual o sistema se torna instável e então muda muito rapidamente [...] se não agirmos a tempo e não criarmos um desenvolvimento evolutivo sustentável, o processo muito repentino de bifurcação pode nos levar a uma condição negativa que tornará difícil para a humanidade viver neste planeta, pelo menos com os números e o ritmo de consumo que temos (LÁSLÓ, 2009, p.12).

O autor aponta ainda a necessidade de "um pensamento novo, de intervenções mais radicais" (LÁSLÓ, 2009, p.15) para que possamos solucionar os problemas ambientais que se apresentam.

Vilma Machado (2005) identifica a crise ambiental como resultado

do desenvolvimento de contradições inerentes à lógica de operação do sistema capitalista. A sua emergência configura campos de disputas de interesses a partir dos quais se definem os moldes em que a questão ambiental tanto é compreendida como é equacionada (MACHADO, 2005, p. 313).

O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2005) identifica na sociedade a ascensão de novas regras morais, centradas na natureza, como um dos nortes da consciência contemporânea. É o “triunfo dos valores ecológicos, é o momento do pacto com a natureza e a era da cidadania mundial.” (2005, p. 192). O autor acredita que a preocupação com o meio ambiente assumiu o caráter de objetivo de massa e que a cidadania pós-moderna é mais ecológica que política.

Com isso o autor detecta na discussão ecológica um viés mais moral que emancipador, na medida em que, na visão do autor, se limita a criticar mas não arquiteta uma alternativa de organização social e econômica ao capitalismo, de ordem prática e de implantação imediata.

Ainda assim, a crise ambiental leva a sociedade a uma revisão de valores. As redes sociais digitais se apresentam como uma oportunidade para se discutir esses valores, confrontá-los com a ética de vida ou valores fundamentais dos indivíduos, na construção de uma nova moral, que guie e oriente a conduta social coletiva e individual.

### **2.2.1 Breve histórico do surgimento da consciência ambiental global**

O livro “A Primavera Silenciosa”, publicado em 1962 por Rachel Carson é considerado como uma das obras fundadoras do movimento ambientalista. Este livro é um

alerta quanto ao mau uso dos inseticidas e pesticidas, em especial aos riscos da pulverização com DDT, e seus impactos sobre o meio ambiente, como a mortandade de animais silvestres, aves e peixes, e mesmo sobre o próprio homem. O relato, ao ser publicado, sacodiu a opinião pública norte-americana, e dez anos após sua publicação, o DDT foi proibido nos EUA e em vários países da Europa (FERREIRA, 2006, p. 26).

Em 1968, em Paris, foi realizada pela UNESCO a “Conferência da Biosfera” e neste mesmo ano foi convocada pela ONU uma Conferência Internacional sobre o Meio Ambiente Humano (SILVA, 2011), que veio a ocorrer quatro anos depois, em 1972, em Estocolmo. As vozes contestadoras da sociedade industrial no pós maio de 1968 espalharam aos quatro ventos a palavra ecologia (FERREIRA, 2006).

Em 1972 a publicação de “Limites do Crescimento” sob o patrocínio do Clube de Roma ataca a crença na possibilidade de crescimento ilimitado; a “Conferência de Estocolmo” evidencia a amplitude mundial da crise ambiental (FERREIRA, 2006, p. 26).

No Brasil, ainda na década de 1950, as primeiras iniciativas ambientalistas se originam, por meio de ações de grupos preservacionistas, mas a emergência do movimento ambientalista no país se dá efetivamente na década de 1970, quando o Brasil tem papel de destaque como organizador do bloco dos países em desenvolvimento na Conferência de Estocolmo de 1972 (JACOBI, 2003).

A postura do Brasil na Conferência era de que as restrições ambientais se configuravam como uma interferência aos planos nacionais de desenvolvimento dos países do bloco. Os recursos naturais eram vistos como insumos para a aceleração do crescimento econômico, e a preocupação era minimizar os impactos ambientais neste processo, sem interferir diretamente nele (JACOBI, 2003).

Segundo Pedro Jacobi (2003), em 1973 o governo federal brasileiro e alguns governos estaduais (como os de São Paulo e Rio de Janeiro) criam secretarias especiais ligadas à temática do meio ambiente, mas para o autor:

estas iniciativas, antes de significar um comprometimento efetivo do governo brasileiro com a luta para a proteção ambiental, funcionaram como uma tentativa do governo brasileiro para atenuar sua imagem negativa no cenário externo devido à sua atuação na Conferência de Estocolmo (JACOBI, 2003, p. 3).

Na década de 1970 enquanto as organizações ambientalistas não governamentais centravam suas ações na preservação dos ecossistemas naturais, os órgãos governamentais estavam centrados na questão da poluição industrial, e nenhum dos dois grupos se aproximava

das discussões relativas à questão da justiça social. Até então o mito desenvolvimentista dominava os discursos, e a necessidade de preservação ambiental se apresentava como contraponto ao desenvolvimento nacional (JACOBI, 2003).

Segundo Lipovetsky (2005) os atuais discursos sobre sustentabilidade começam a aparecer na década de 60, norteados por fortes ideais de revolução da conjuntura sócio-política da época, com ênfase na auto-restrição de necessidades e na crítica ferrenha à sociedade de consumo.

Em 1987 é publicado o documento intitulado "*Our Common Future*"<sup>15</sup>, elaborado por um grupo da ONU coordenado por Gro Brundtland, então primeira-ministra da Noruega. O texto ficou conhecido como Relatório Brundtland, e nos apresenta a mais difundida definição de desenvolvimento sustentável (DS): "o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades" (WCED, 1987, p.46).

De acordo com a análise feita por Jacobi (2003), no Brasil, apenas no fim da década de 1970 e início da década de 1980, momento no qual começa a ficar evidente para a sociedade que "os problemas sociais não foram resolvidos e graves distorções como a concentração de renda e da propriedade se agravam" (JACOBI, 2003, p. 7) é que a opinião pública começa a demonstrar uma tomada de consciência com relação aos problemas ambientais, e começa a emergir a crise do modelo de desenvolvimento adotado pela nação (JACOBI, 2003).

A partir de meados dos anos 1980, com o desenvolvimento da vertente do socioambientalismo, os discursos relativos à preocupação ambiental começam a extrapolar os setores mais esclarecidos da sociedade (universo acadêmico, militantes de partidos, ativistas sociais), a incorporação da questão da justiça social aproxima gradativamente outros movimentos sociais da questão ambiental, como os sindicatos ou o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), e as práticas das entidades começam a transcender a denúncia, focando-se na formulação de alternativas viáveis de restauração/preservação de ambientes naturais (JACOBI, 2003).

Até então o tema do desenvolvimento econômico era rejeitado pelos ambientalistas brasileiros, mas no fim da década de 1980 e início da década de 1990, esse tema começa a ser incorporado no discurso ambiental brasileiro, e com o acontecimento da Conferência "Rio 92" (Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento), os atores são

---

<sup>15</sup> Em português: Nosso Futuro Comum.

compelidos a levar suas reflexões e práticas em direção à idéia de desenvolvimento sustentável (JACOBI, 2003), onde:

muda o conteúdo, diminuindo significativamente o discurso que falava em proteção ambiental de forma isolada que é substituído por um que advoga a necessidade de pensar as relações entre o desenvolvimento econômico e a proteção ambiental, como eixos de convergência da relação entre sociedade e Estado (JACOBI, 2003, p. 16).

Para Gilles Lipovetsky (2005), na década de 90 a auto-restrição de necessidades e a crítica ferrenha à sociedade de consumo são relegadas ao segundo plano nos discursos sociais relativos às questões ambientais e o autor observa o que ele chama de um hedonismo ecológico se instalando na sociedade.

Esse hedonismo está relacionado a uma cultura que resulta de um processo da perda de ideais sociais coletivos, resultantes da secularização<sup>16</sup> da sociedade, da perda das utopias políticas e do fortalecimento do capitalismo, do consumismo e do individualismo. Estabelece-se um padrão de vida em que os ideais de felicidade foram entrelaçados aos de consumo.

A "Rio 92" deu origem à "Agenda 21", documento orientado para a execução de projetos visando o desenvolvimento sustentável. Durante a Rio 92, Moema Viézzzer (1995) participou da construção do "Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global", no contexto do Fórum Internacional que reunia ONGs e movimentos sociais. A autora nos conta como foi o processo da aprovação do título do tratado, em especial com relação à substituição da expressão "desenvolvimento sustentável" pela expressão "sociedades sustentáveis".

A primeira idéia - educação ambiental para o desenvolvimento sustentável e responsabilidade global foi fortemente questionada pelos que traziam dados concretos da realidade de seus países e do mundo, mostrando que o desenvolvimento - concebido como crescimento econômico conforme modelo atual, nunca poderá ser sustentável. "O que temos que pensar é no reordenamento da vida no planeta e não em crescimento, pois chegamos aos limites e, inclusive, extrapolamos os mesmos", insistiam muitos. Após muitas contribuições, emergiu e foi aprovado o conceito de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis - no plural - uma vez que não se pode contrapor um modelo hegemônico a outro modelo hegemônico global (VIÉZZER, 1995, p. 7).

As questões postas pelo Movimento Ambientalista já no início dos anos 2000, segundo Jacobi (2003), se encontravam muito associadas às necessidades de "constituição de uma cidadania para os desiguais [de dar ênfase aos] direitos sociais [e ao] impacto da degradação das condições de vida decorrentes da degradação socioambiental, notadamente nos grandes

---

<sup>16</sup> Processo pelo qual a religião perde sua capacidade de ser um aspecto cultural agregador, e transfere-se para uma das outras atividades da mesma sociedade suas faculdades coercitivas e identitárias.

centros urbanos" (JACOBI, 2003, p.31).

Pedro Jacobi (2003) afirma que embora o ambientalismo tenha se configurado como movimento relevante na década de 1990, a área ambiental ainda é muito periférica nas dinâmicas de poder locais, possuindo eficácia simbólica, mas não efetiva.

### 2.2.2 Os movimentos ligados à questão ambiental

(...) de certa forma, o ambientalismo suplanta a oposição entre a cultura da virtualidade real, subjacente aos fluxos globais de riqueza e poder, e a manifestação das identidades culturais ou religiosas fundamentalistas. Trata-se da única identidade global proposta a todos os seres humanos, independentemente de seus vínculos sociais históricos ou de gênero, ou de seu credo religioso. (...) a questão decisiva para a influência da nova cultura ecológica consiste em sua capacidade de unir os traços de culturas distintas em um hipertexto humano, constituído de diversidade histórica e comunalidade biológica (CASTELLS, 2000, p. 159-160).

Manuel Castells (2000) define movimentos sociais como sendo "ações coletivas com um determinado propósito cujo resultado, tanto em caso de sucesso como de fracasso, transforma os valores e instituições da sociedade" (CASTELLS, 2000, p.20). As respostas à crise ambiental se materializaram com o surgimento e rápido crescimento do chamado Movimento Ambientalista (MA). Para Manuel Castells (2000), o MA do final do século XX é um movimento social de forte impacto nos valores culturais e nas instituições da sociedade.

Para Castells (2000) o ambientalismo é um movimento social multifacetado, e que se encontra "no cerne de uma reversão drástica das formas pelas quais pensamos na relação entre economia, sociedade e natureza, propiciando assim o desenvolvimento de uma nova cultura." (CASTELLS, 2000, p.142).

A socióloga Maria da Glória Gohn (2010) realizou uma sistematização dos movimentos sociais no Brasil organizando-os em dez eixos temáticos a saber: Questão Urbana; Meio Ambiente; Identitários e Culturais; Direitos; Fome; Trabalho; Religiosos; Rurais; Comunicações; Globais.

Já a socióloga Ilse Scherer-Warren (1993) utiliza a nomenclatura Movimento Ecológico e inclui este movimento no bojo dos Novos Movimentos Sociais (NMS), ao lado dos movimentos Feminista, Sem-Terra, Novo Sindicalismo, e outros.

Para a autora (SHERER-WARREN, 1993), o fenômeno da emergência dos NMS poderia, à primeira vista, ser considerado estatisticamente pouco expressivo, no entanto ela faz questão de ressaltar sua relevância qualitativa ao serem considerados "focos de

transformação que emergem a partir das bases da sociedade, pelas brechas que abrem na tradição histórica da cultura política do país e pelo novo significado cultural e político presente na práxis destes grupos organizados” (SCHERER-WARREN, 1993, p. 50).

Segundo Scherer-Warren (1993) os NMS têm em comum o desejo de estabelecer um novo equilíbrio de forças entre o Estado e a sociedade civil, “compartilham da ideologia do antiautoritarismo e são pela descentralização do poder” (SCHERER-WARREN, 1993, p. 51). Assim, mais uma vez é possível constatar o forte alinhamento entre a lógica das redes e esses movimentos.

No entanto Scherer-Warren (1993) identifica uma polarização entre os Movimentos Sociais quando se consideram dois grandes blocos de movimentos. De um lado os movimentos de base mais popular como MST, MAB (Movimento dos Atingidos por Barragens), MMA (Movimento das Mulheres Agricultoras), e outros; de outro os movimentos mais típicos da classe média, como o Movimento Feminista e setores significativos do Movimento Ecológico, por exemplo.

Essa polarização marcada por uma conotação de classe, tem sido de superação historicamente muito complicada, como inclusive afirma Santos (2007) ao reclamar a necessidade de teorias de união, em falta na tradição histórica de esquerda ao afirmar que “dentro dos movimentos, das classes populares, é preciso buscar outra cultura política, que tem que se basear no que chamo de *pluralidades despolarizadas*” (SANTOS, 2007, p. 99).

No entanto o próprio Movimento Ambientalista ou Ecológico não é homogêneo. Gohn (2010) identifica entre os movimentos ligados ao meio ambiente o Movimento Ambientalista, tanto os movimentos articulados em redes internacionais, como também os nacionais, majoritariamente auto intitulados como ONGs; os movimentos ao redor do tema da água; os movimentos pela defesa e recuperação do patrimônio histórico-cultural e das estruturas urbanas públicas, abrangendo tanto as demandas de recuperação de áreas naturais como espaços públicos de lazer e ainda preocupados com equipamentos e serviços coletivos como “saúde, educação, lazer, esportes e outros serviços públicos degradados nos últimos anos pelas políticas neoliberais” (GOHN, 2010, p. 86); os movimentos ambientalistas populares, movimentos de bairros periféricos com demandas relativas sobretudo à saneamento básico e o Movimento de Defesa dos Animais.

Mendonça (2005) identifica esta heterogeneidade do movimento ambientalista em termos de fases, e afirma que desde a conferência de Estocolmo de 1972, "a questão ambiental passou por diversas fases, primeiramente mais contestadora e progressivamente

mais propositiva” (MENDONÇA, 2005, p. 25).

Em sua origem, o movimento ambientalista é profundamente revolucionário, posto que questiona diretamente o sistema econômico e político da modernidade, dois dos pilares fundamentais das sociedades contemporâneas. Os textos fundadores incitam uma transformação profunda nas formas de organização social, e suas diversas facetas são apontadas de maneiras diferentes de acordo com o autor estudado.

Fátima Portilho (2005), referindo-se à Isabel Carvalho<sup>17</sup>, nos propõe uma diferenciação entre ambientalismo "alternativo" ou original e ambientalismo "oficial":

Carvalho (1992) define o "ambientalismo alternativo", iniciado com os movimentos de contestação do estilo de vida industrial e urbano, em oposição ao "ambientalismo oficial", produzido tanto pelos meios governamentais quanto, mais recentemente, pelos grupos empresariais que se apropriaram da ideologia ambientalista (PORTILHO, 1995, p. 107).

Já Manuel Castells (2000) identifica um abismo entre a teoria e a prática e propõe uma distinção, que ele afirma ser puramente teórica, entre os termos “ambientalismo” e “ecologia”. O autor afirma que "o ambientalismo é a ecologia na prática, e a ecologia é o ambientalismo na teoria" (ibid, p.144) e para fins didáticos restringe o uso do termo “ecologia” a uma perspectiva holística, formada por um "conjunto de crenças, teorias e projetos que contempla o gênero humano como parte de um ecossistema mais amplo, e visa manter o equilíbrio desse sistema em uma perspectiva dinâmica e evolucionária" (ibidem.).

Assim, o termo ecologia como usado por Castells (2000) se aproxima da ideia de ambientalismo alternativo como empregado pela autora Portilho (1995).

Castells (2000) sustenta a tese de que "é justamente essa dissonância entre teoria e prática que caracteriza o ambientalismo como uma nova forma de movimento social descentralizado, multiforme, orientado à formação de redes e de alto grau de penetração" (CASTTELS, 2000, p.143).

Esse poder de penetração dos MA é observado também por Maria da Glória Gohn (2010), para quem "os movimentos sociais ambientalistas são os que têm o maior potencial de crescimento junto da população, especialmente entre os mais jovens, dado o imaginário de representações que ele desperta" (GOHN, 2010, p. 84). E também por Ilse Scherer-Warren (1993), que identifica o fato de que “o movimento ecológico encontra-se em ascensão” (SCHERER-WARREN, 1993, p. 58).

---

<sup>17</sup> CARVALHO, I. Ecologia, desenvolvimento e sociedade civil. **Tempo e presença**, Rio de Janeiro, v. 14, n.261), p. 9-11, 1992.

Pedro Jacobi (2000) ao analisar o movimento ambientalista brasileiro observa que após meados da década de 80 a temática ambiental assume um papel relevante no discurso dos diversos atores da sociedade brasileira, e que o ponto de inflexão do movimento ambientalista se dá com a constituição de fóruns e redes, que com o apoio da dinâmica virtual, em última análise, “interconectam instituições, práticas sociais diferenciadas e alargam o alcance das agendas” (JACOBI, 2000, p. 135).

Para Pedro Jacobi (2003) as questões ambientais se configuram num contexto de visões de mundo polarizadas e sob um forte conflito de interesses.

Existem distintas posturas ideológicas tanto no âmbito das entidades ambientalistas quanto entre os ativistas individuais. Castells (2000) aponta essa diversidade ao ressaltar a enorme diversidade de “ações coletivas, políticas e discursos agrupados sob a égide do ambientalismo” (CASTELLS, 2000, p. 143).

### **2.2.3 A polarização dos movimentos ambientalistas**

As discussões acerca da questão ambiental se encontram distribuídas ao longo de um *continuum* entre dois extremos, entre duas correntes de pensamento que embora apresentem metas semelhantes, defendem caminhos divergentes para atingi-las.

Diversos autores (MACHADO, 2005; GADOTTI, 2009; KRIEG-PLANQUE, 2010) apontam o conceito de desenvolvimento sustentável como o epicentro da polarização dos movimentos ambientalistas.

Nessa polarização, de um lado encontram-se os grupos de características contraculturais, transmissores dos discursos ambientalistas alternativos, e com raízes revolucionárias, posto que questionam diretamente o sistema econômico e político da contemporaneidade, dois dos pilares fundamentais da sociedade capitalista.

Castells (2000) define contracultura como sendo a "tentativa deliberada de viver segundo normas diversas e, até certo ponto, contraditórias em relação às institucionalmente reconhecidas pela sociedade, e de se opor a essas instituições com base em princípios e crenças alternativas" (CASTELLS, 2000, p. 147).

No bojo dos movimentos contraculturais o autor (op. cit.) inclui os ambientalistas radicais, o movimento de libertação dos animais, o ecofeminismo, a ecologia profunda, e afirma que:

por diversas formas, desde táticas de ecoguerrilha até o espiritualismo, passando pela ecologia profunda e o ecofeminismo, os ecologistas radicais estabelecem um elo de ligação entre ação ambiental e revolução cultural, ampliando ainda mais o escopo de um movimento ambientalista abrangente e visando a construção da *ecotopia* (CASTELLS, 2000, p. 147).

Já no outro extremo da polarização dos movimentos estão os grupos de orientação (mais ou menos) neoliberal, vetores do discurso hegemônico do ambientalismo, e com características em geral reformistas, que defendem o discurso do desenvolvimento sustentável (DS). Vilma de Fátima Machado (2005) ressalta a indefinição do conceito de DS:

a noção de DS tem servido aos mais diferentes propósitos e interesses. Ora é tomada como remédio para todos os males, ora desqualificada como mais uma forma encontrada pelo sistema para maquiagem as contradições do modelo de desenvolvimento hegemônico. (...) Seja entre os adeptos ou entre os críticos, há uma espécie de consenso de que a noção de DS é imprecisa, frágil, plástica, ambígua etc. (MACHADO, 2005, p. 314).

Assim, também Alice Krieg-Planque (2010) teórica da área de análise do discurso, identifica a heterogeneidade do conceito ao afirmar “o fato de que ‘desenvolvimento sustentável’ seja uma passagem obrigatória por numerosas produções textuais não supõe – muito ao contrário – a estabilidade ou a univocidade do termo” (ibid., p. 4).

A colocação em pé de igualdade dos conceitos “desenvolvimento” e “sustentabilidade”, se torna alvo de críticas ferrenhas de alguns integrantes dos movimentos, como explicitado pelo comentário da Geógrafa e professora do Instituto de Estudos Brasileiros da USP, Vanderli Custódio (2007), ao afirmar que:

A expressão ‘desenvolvimento sustentável’ deve ser entendida como um absurdo lógico, uma abstração, uma falácia e, nesse sentido, **o discurso ideológico mais competente produzido nas últimas duas décadas**. Há Estados, capitalistas, organizações não governamentais, acadêmicos, comunidades remanescentes e mesmo ambientalistas sérios que acreditam piamente que seja possível um ‘desenvolvimento sustentável’ — não é. Desenvolvimento econômico no capitalismo significa constante aumento ampliado de lucros, concentração da riqueza nas mãos de poucos (privatização dos benefícios), socialização dos prejuízos e das externalidades negativas (CUSTÓDIO, 2007, p. 22. grifo nosso).

Ou ainda do ecologista e criador do Instituto Oikos de Agroecologia Tamas Makray (2007):

‘Desenvolvimento sustentável’ é uma expressão infeliz. Na visão convencional, ainda adotada pela maioria dos economistas e governos, isso se traduz na manutenção de um crescimento econômico na casa dos 3% ao ano. Dessa forma, sustentabilidade implica manter o status quo. Não é isto que queremos quando estamos consumindo 125% da capacidade de regeneração do planeta. Se essas

condições forem mantidas, será o colapso. Temos de nos corrigir e começar a falar de regeneração, restauração, recuperação, revitalização. Precisamos de um tipo de mudança que só uma criatividade radical pode realizar (MAKRAY, 2007, p. 22).

A questão central dessa disputa reside no fato de que a palavra desenvolvimento encerra uma ambiguidade, pois desenvolvimento, de forma geral, indica uma evolução, uma melhoria, mas no contexto da cultura neoliberal, denota desenvolvimento econômico, exploração dos recursos naturais visando lucro de ordem monetária, ideal primeiro do sistema capitalista de acumulação de bens e capital. O termo desenvolvimento, no sentido neoliberal / capitalista, traz consigo uma carga predatória, assim, sustentabilidade e capitalismo podem ser considerados praticamente incompatíveis.

Gadotti (2009) propõe que a associação dos termos desenvolvimento e sustentável seja feita sob a égide de uma visão mais holística e menos economicista, como sugere, por exemplo, Amartya Sen (apud. op. cit.) com sua proposta de definir o núcleo "duro" da expressão, a palavra desenvolvimento, enquanto liberdade. Liberdade para as pessoas construírem suas vidas e seu bem estar da forma como desejarem.

Isto posto, afirma Gadotti (2009) que a ideia de “desenvolvimento sustentável só tem sentido numa economia solidária, uma economia regida pela ‘compaixão’ e não pelo lucro” (ibid., p.53).

Gadotti (2009) nos apresenta ainda uma definição do conceito de sustentabilidade de Carlos Rodrigues Brandão<sup>18</sup>, para quem a sustentabilidade significa:

uma nova maneira igualitária, livre, justa, inclusiva e solidária de as pessoas se unirem para construírem os seus mundos de vida social, ao mesmo tempo em que lidam, manejam ou transformam sustentavelmente os ambientes naturais onde vivem e de que dependem para viver e conviver (BRANDÃO, 2008, p. 136 apud GADOTTI, 2009, p. 14).

Essa definição vai muito além do conceito de DS proposto pelo Relatório Brundtland, que tem como foco a satisfação das necessidades humanas.

Embora a UNESCO afirme que “o desenvolvimento sustentável não busca preservar o *status quo*, ao contrário, busca conhecer as tendências e as implicações da mudança”, (UNESCO, 2005, p. 39 apud GADOTTI, 2009, p.35) e que a proposta do desenvolvimento sustentável seja dar uma solução simultânea aos problemas ambientais e aos problemas sociais, de fato, no contexto do atual modo de produção dominante, que é o capitalismo

---

<sup>18</sup> BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Aqui é onde eu moro, aqui nós vivemos: escritos para conhecer, pensar e praticar o município educador sustentável.** Brasília: Ministério do Meio Ambiente. 2005.

neoliberal – uma forma de dominação política e de exploração econômica (GADOTTI, 2009) – o que se observa é um desgaste e uma trivialização da noção de desenvolvimento sustentável.

Pedro Jacobi (2000) identifica que simultaneamente à expansão do ambientalismo, o discurso do desenvolvimento sustentado assume papel de preponderância nos discursos institucionais, sobretudo ligado ao ambientalismo hegemônico internacional.

Seguimos a definição de Portilho (2005) que identifica uma hegemonia discursiva no *mainstream* do ambientalismo internacional, e define o ambientalismo hegemônico da seguinte maneira:

ao nos referirmos ao pensamento ambientalista hegemônico, estamos entendendo o discurso e as propostas políticas predominantes produzidas pelos meios institucionalizados e legitimados socialmente, compostos pelos setores estatais dos países centrais, pelas instituições intergovernamentais, pelos setores empresariais e pelas grandes ONGs que circulam nesse meio (PORTILHO, 1995, p. 107).

Krieg-Planque (2010) também identifica o discurso do desenvolvimento sustentável às esferas internacionais institucionalizadas, como afirma “ ’desenvolvimento sustentável’ é antes de tudo o produto das instituições políticas e públicas caracterizadas por sua dimensão supranacional ou internacional” (ibid., não paginado.).

Fátima Portilho (2005) observa ainda, que a compreensão da crise ambiental vem sofrendo deslocamentos sucessivos ao longo da história, e Silva (2011) sugere que se considerarmos apenas os nomes das conferências internacionais realizadas pela Organização das Nações Unidas (ONU) com relação à temática do meio ambiente, já é possível intuir os vieses ideológicos que permeiam os discursos oficiais do ambientalismo.

Nesse sentido, Alice Krieg-Planque (2010), ressalta inclusive a importância dos nomes dos acontecimentos, das cúpulas e conferências, para a compreensão da trajetória desses conceitos na narração pública.

A primeira conferência realizada pela ONU, em 1972, em Estocolmo foi a "Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano"<sup>19</sup>, e segundo Fátima Portilho (2005) até esse momento a definição da crise ambiental era estreita e responsabilizava o crescimento demográfico, sobretudo nos países em desenvolvimento, por pressionar os ambientes naturais, era um momento onde o foco estava na preservação de espécies.

---

<sup>19</sup> Toda a nomenclatura oficial das conferencias foi extraída do *site* da ONU Brasil <http://www.onu.org.br/a-onu-em-acao/a-onu-e-o-meio-ambiente/>.

Após a conferência de Estocolmo, Portilho (2005) identifica um primeiro deslocamento discursivo: a responsabilidade pela crise ambiental passa a ser atribuída ao estilo de produção dos países industrializados. “Essa nova argumentação estabeleceu o conflito Norte-Sul no âmbito da definição e enfrentamento da questão ambiental” (ibid., p. 25).

A segunda conferência realizada pela ONU, em 1992, no Rio de Janeiro, foi a "Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento", Portilho identifica nesta época um segundo deslocamento discursivo, onde o vilão ambiental deixa de ser o estilo de produção e passa a ser o padrão de consumo, sobretudo nos países ricos, à essa época a autora observa que o foco está mais voltado para a redução dos recursos naturais, e percebe a ascensão do “socioambientalismo”, como já observado por Jacobi (2003).

As duas últimas grandes reuniões realizadas pela ONU, em 2002, em Joanesburgo a "Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável" e em 2012, no Rio de Janeiro, a "Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável" demonstram, apenas pelos seus nomes, a cristalização do conceito de desenvolvimento sustentável (cunhado em 1972) como central nas discussões políticas globais em respeito ao meio ambiente.

É o que discute também Vilma de Fátima Machado (2005) em sua tese de doutorado intitulada "A Produção do Discurso do Desenvolvimento Sustentável: de Estocolmo à Rio-92" defendida em agosto de 2005 no Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília - UNB.

Machado (2005) realizou a análise das discussões encaminhadas no âmbito da ONU a respeito da problemática ambiental, no período entre a preparação da Conferência de Estocolmo (convocada em 1968) e a realização da Conferência do Rio de Janeiro (1992), e manteve como foco a relação de domínio e poder entre as nações industrializadas e não industrializadas na esfera mundial.

### **2.2.3.1 A produção do Discurso do Desenvolvimento Sustentável**

Machado (2005) observou que o Discurso do Desenvolvimento Sustentável (DDS) foi produzido, na esfera da ONU, a partir do embate entre a perspectiva ambientalista e a perspectiva desenvolvimentista, e afirma que a noção de desenvolvimento sustentável:

(...) resulta do conflito e das disputas de interesse e poder vinculadas aos limites e contradições que a problemática ambiental coloca à expansão do capitalismo industrial. Ela é o resultado de uma determinada conformação de forças que busca tragar as demandas ambientalistas, subordinando-as à lógica da reprodução do sistema (MACHADO, 2005, p. 26).

A produção do DDS se deu em um “contexto de reorientação dos marcos que definiam o projeto sociocultural da modernidade” (MACHADO, 2005, 312); as políticas neoliberais se estabeleceram e ao longo da década de 1990 seus impactos desestruturantes foram se tornando visíveis (MACHADO, 2005).

Machado (2005) utilizando-se dos termos empregados pelo autor Boaventura de Souza Santos (2000) vai afirmar que ao Discurso do DS foi conferida a possibilidade de mediação das disputas de interesses numa dupla perspectiva:

(...) ao mesmo tempo em que ele pode ser postulado como **portador de uma potencial capacidade de superação dos aspectos colonizadores da racionalidade moderna**, ele pode funcionar como **mecanismo de reposição, mesmo que em outros termos, desses aspectos colonizadores**. Ao abrir espaço para essa dualidade, esse discurso amplia a sua capacidade de penetração social, ao mesmo tempo em que alarga o campo de absorção e “domesticação” das demandas emancipatórias advindas dos setores organizados da sociedade. (MACHADO, 2005, p. 312 grifo nosso).

Segundo Boaventura de Souza Santos (2000) o paradigma da modernidade assenta-se sobre dois pilares, cada um deles constituídos por três princípios ou lógicas. O pilar da regulação é composto pelos princípios do Estado (obrigação política vertical entre cidadãos e Estado); do mercado (obrigação política horizontal individualista e antagônica entre os parceiros de mercado); e da comunidade (obrigação política horizontal solidária entre membros da comunidade e entre associações).

Já o pilar da emancipação se constitui pelas lógicas da racionalidade estético-expressiva (artes e literatura); da racionalidade cognitivo-instrumental (ciência e tecnologia); e da racionalidade moral-prática (ética e direito) (ibid.).

Boaventura (op. cit.) caracteriza a atual condição sócio-cultural através da ideia da absorção do pilar da emancipação pelo da regulação como fruto da hipercientificização da emancipação combinada com a hipermercadorização da regulação.

O autor afirma ainda a presença de duas formas principais de conhecimento inseridas no paradigma da modernidade definidas da seguinte forma: O conhecimento-regulação, que progride de um estado de ignorância definido como caos a um estado de saber definido como ordem; e o conhecimento-emancipação, que progride de um estado de ignorância definido

como colonialismo (ignorância da reciprocidade e incapacidade de conceber o outro senão como objeto) a um estado de saber definido como solidariedade. Seguindo a lógica da dominação do pilar da emancipação pelo pilar da regulação, observa-se hoje uma recodificação da solidariedade em caos e do colonialismo em ordem.

Em outras palavras, Machado (2005) e autores como Custódio (2007) e Makray (2007) enxergam o conceito de desenvolvimento sustentável como mecanismo de reposição dos aspectos colonizadores.

Já a doutora em sociologia e jornalista Maristela Bernardo (2007) pondera que por um lado a busca pela sustentabilidade pode ser entendida como a mitigação de problemas "a partir do universo das equações econômicas e tecnológicas" (ibid., p. 21), ou então

de uma segunda alternativa analítica deriva a possibilidade de entender 'desenvolvimento sustentável' como um conceito novo, estruturalmente diferente do velho 'desenvolvimento', pelo simples fato de que pertence a **outra base de valores e compromissos**. Ele parte da compreensão de que o atual modelo é em si mesmo insustentável, e não apenas do ponto de vista ambiental, mas por estar ética e socialmente superado como patamar civilizatório. **Nessa leitura, até mesmo como construção de conceito ele poderia ser considerado inovador, porque se trata mais de uma federação de sentidos convergentes do que de uma definição nuclear.** (BERNARDO, 2007, p. 21 grifo nosso).

Nesse sentido Lucie Sauv  (1997), no contexto da educa o ambiental propõe uma tipologia das concep es de Desenvolvimento Sustentável (DS), com inspira o no trabalho da Organiza o Inter-americana do Ensino Superior e do Grupo de Estudos da Calgary sobre a América Latina, na qual identifica quatro concep es para o conceito de DS. O desenvolvimento contínuo para a inova o tecnológica e mercado livre; o desenvolvimento dependente da ordem mundial e dos modelos de produ o; o desenvolvimento alternativo e o desenvolvimento aut nomo (ou desenvolvimento indígena).

No entanto, o que Machado (2005) observou foi que o discurso do DS tem se configurado como "(...) um dispositivo que tem funcionado predominantemente a favor da gestão do sistema dominante e da sua reafirma o por meio de uma hipertrofia dos mecanismos de regula o" (op.cit., p. 312) e concluiu que o discurso oficial do desenvolvimento sustentável se encontra mais próximo de ideais reformistas, visando não uma mudança social, mas apenas a gestão da atual crise sócio ambiental.

Ao prevalecerem no DDS os aspectos que buscam gerir os problemas inerentes   expansão do capitalismo, ele tem funcionado como dispositivo importante na institui o e afirma o de um número cada vez maior de instrumentos de regula o

– em detrimento de instrumentos cujo eixo seja a promoção da emancipação social (MACHADO, 2005, p. 312).

Ou seja, o discurso oficial do DS, ou em outras palavras o discurso hegemônico do ambientalismo internacional (PORTILHO, 1995) se apresenta em sintonia com o pensamento neoliberal hegemônico estabelecido.

### **2.2.3.2 A fórmula “Desenvolvimento Sustentável”**

Alice Krieg-Planque (2010), teórica da área de análise do discurso, considera a expressão “desenvolvimento sustentável” uma “fórmula discursiva”.

A autora define fórmula como sendo “um conjunto de formulações que, pelo seu emprego em um momento e em um espaço público dados, cristalizam interesses políticos e sociais que estas formulações contribuem ao mesmo tempo para construir” (ibid., 2010, não paginado).

São características das fórmulas, entre outras, serem referentes sociais, ou seja, significam alguma coisa para todos; são objetos transgenéricos, isto é, aparecem nos mais variados gêneros textuais e tipos de suportes; e apesar de seu caráter dominante apresentam grande plasticidade semântica, ou seja, uma heterogeneidade de sentidos.

O estudo da autora publicado sob o título "A fórmula 'desenvolvimento sustentável': um operador de neutralização de conflitos" se fez de grande interesse para a presente pesquisa, pois ao estudar esta fórmula específica, a autora identifica diferentes formulações para a expressão, ou seja, diversas variantes, e dentre o rol inventariado se inscreve a expressão “a sustentabilidade”.

Essa variante em especial, segundo a autora, é produzida por um processo chamado de nominalização (transforma o verbo em substantivo), “a nominalização produz um apagamento dos modos e tempos verbais, bem como da identidade dos actantes do processo (...) deixando pouco espaço para a contradição” (op.ct.).

Krieg-Planque (2010) afirma que esse processo teria papel crucial para auxiliar na compreensão da dimensão dômica da fórmula, ou seja seu caráter de crença, “no sentido em que ela inibe os contra-discursos e marginaliza os contra argumentos” (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado). A autora afirma que a fórmula “desenvolvimento sustentável” (inclusas as suas variantes) é

um sintagma que, em razão do seu funcionamento discursivo, tende a evitar a divergência de pontos de vista, para despolitizar os temas nos quais se inscreve, para negar os conflitos de interesse, para ser um operador de neutralização de conflitos (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado).

Em seu estudo a respeito desta expressão, realizado sob a perspectiva da escola de análise de discurso francesa, a autora identifica alguns contextos nos quais a expressão se apresenta, e traça uma divisão muito interessante entre os posicionamentos com relação ao conceito.

Com relação aos contextos a autora identifica a utilização da expressão nos nomes próprios de acontecimentos, como cúpulas e conferências enquanto possibilidade de estudo da trajetória do conceito na narração pública, como já discutimos no fim do item 2.2.3. deste trabalho.

Identifica também a composição do contexto da fórmula “desenvolvimento sustentável” através da sua aparição em “textos-chaves”, entre eles o mais notável sendo o Relatório Brundtland de 1987, mas também o Apelo de Haye de 1989, entre outros.

Krieg-Planque (2010) também levanta dois topoi<sup>20</sup> ou lugares comuns, que julga relevantes. O primeiro aciona “a dimensão temporal: esse topoi coloca que tudo o que fazemos hoje determina o que será feito amanhã” (ibid., não paginado) estando intimamente relacionado a definição do conceito presente no relatório Brundtland. O segundo

combina o lugar da quantidade e das relações de causalidade: ele coloca que muitas ações pequenas têm um grande efeito. É esse topos que é mobilizado na estratégia dos “ecogestos”, adotada na comunicação pública, destinada ao grande público, e utilizada por numerosas associações e fundações (ibid., não paginado).

E em nível lexical afirma:

o contexto da fórmula pode ser apreendido em termos de co-ocorrência. As explorações lexicométricas permitem identificar, em corpus determinados, as colocações e os sintagmas associados. No contexto de “desenvolvimento sustentável”, tomam lugar as formulações como “respeitoso do meio ambiente”, “boas práticas ambientais” ou “pelo planeta”, mas também fórmulas como “comércio equitativo”, “economia social e solidária” ou “mudança climática”, ou ainda a vasta série de compostos neológicos prefixados em “éco-” e em “bio-” (ibid., não paginado).

E finalmente, a autora identifica a concessão como a operação linguística mais próxima e recorrente com relação à fórmula “desenvolvimento sustentável”, afirmando que: “a concessão tem como característica argumentativa apresentar como passíveis de superação

---

<sup>20</sup> Verdades aceitas que orientam nossos argumentos e escolhas do dia-a-dia.

os elementos que ela mesma coloca em tensão” (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado).

Os tipos de construção linguística característicos da concessão vão desde a utilização do gerúndio (*permanecendo*); a utilização do infinitivo (*sem comprometer*); até construções do tipo *sem reduzir indevidamente* ou *sem efeitos adversos*; além do emprego dos verbos *conjuguar*, *concordar*, *conciliar*, entre outros.

Krieg-Planque (2010) ressalta ainda, e em concordância com as observações de Custódio (2007), que “desenvolvimento sustentável” é uma fórmula discursiva que:

participa intensamente de um funcionamento ideológico, no sentido de que a ideologia faz esquecer o que a funda: a fórmula “desenvolvimento sustentável” permite fazer esquecer a contradição na qual está apoiada. Recorrendo a um termo um pouco diferente, podemos dizer igualmente que a fórmula “desenvolvimento sustentável” toma uma dimensão dômica, no sentido em que ela inibe os contra-discursos e marginaliza os contra-argumentos (KRIEG-PLANQUE, 2010, s.n.).

A autora (*ibid.*) identifica que embora a fórmula tenda a expulsar o conflito, é possível observar dois movimentos dialógicos principais ao seu redor, construindo assim um embate entre o discurso do desenvolvimento sustentável e um contra-discurso.

Na ordem do discurso se encontram todos os enunciados engajados na preservação da estabilidade do “DS”, em proteger a fórmula dos contra-discursos; estes, por sua vez, são os enunciados engajados na tarefa de refutar o caráter superável da contradição.

Assim os contra-discursos se propõe à “resistir ao discurso percebido como dômico” e “re-politizar as questões”. A autora identifica os discursos que defendem o “decréscimento” como um dos contra-discursos mais organizados e explícitos. Os comentários que qualificam o desenvolvimento sustentável como “oxímoro” ou “contradição” também se enquadram no rol dos contra-discursos.

Em suma, “o que a concessiva mostra como contraditório *em aparência*, esses comentários mostram *realmente* como contraditório” (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado).

Já na ordem do discurso se inserem todos os enunciados favoráveis ao “desenvolvimento sustentável”, especialmente aqueles que buscam realizar uma “recaptação positiva” ou “recriar uma coerência de valores”. Assim:

esses discursos são constituídos pela dissociação das noções que opõem o “falso desenvolvimento sustentável” (um desenvolvimento sustentável fictício, usurpado, fingido, desviado, inautêntico, merecido de ser condenado) ao “verdadeiro desenvolvimento sustentável” (o desenvolvimento sustentável autêntico, que deve ser promovido e praticado) (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado).

Uma das expressões deste discurso se exprime pela negação do “*greenwashing*”<sup>21</sup>. E os profissionais da comunicação são os principais produtores deste tipo de discurso, posto que os mesmos são os principais encarregados pela criação das campanhas que associam à imagem das organizações seu caráter ecologicamente amigável.

A fórmula DS, ao assumir a função de operar a neutralização de conflitos produz uma “sutura na oposição” (KRIEG-PLANQUE, 2010, não paginado). Essa função da fórmula DS se torna especialmente relevante para o trabalho de pesquisa desenvolvido ao relacioná-lo com o trabalho de Michel Foucault (2008), quando este afirma que o poder emana da sociedade, e assim se o discurso oficial se estrutura com base em ideias reformistas, onde há um esvaziamento dos ideais originais dos movimentos ambientalistas, espera-se que essas ideias pertençam duplamente às instituições dominantes, a quem obviamente interessam, mas também à sociedade, por que aceita e encoraja estes pontos de vista.

Para Foucault (2008), a arte de governar neoliberal está fundada no comportamento racional daqueles que são governados, dos sujeitos econômicos, evidenciando o papel paradoxal desempenhado pela sociedade em relação ao governo: o governo tende a se autolimitar em prol da sociedade, mas também a sociedade é alvo de uma intervenção governamental permanente, para produzir, multiplicar e garantir as liberdades necessárias ao liberalismo econômico, onde a liberdade do mercado precisa ser regulamentada para que seja garantida.

Então fica evidente o descompasso entre teoria e prática observado por Castells (2000), já que conceitualmente mesmo a definição de DS do relatório Brundtland pode ser encarada de forma holística, ainda mais se considerada na íntegra, e principalmente se for analisada sob a ótica proposta por Bernardo (2007), ao inseri-la numa nova base de valores e compromissos:

o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. Ele contém dois conceitos-chave: - o conceito de "necessidades", sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a máxima prioridade; - a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras. (WCED, 1987, p.46).

Interessante que a definição, da maneira como é repetida e replicada nos mais diversos espaços de discussão acerca do tema, tem como ponto final as necessidades humanas das

---

<sup>21</sup> Procedimentos de marketing que visam a promoção de uma imagem ecologicamente responsável das organizações.

gerações futuras, no entanto, no original fica claro que existe a preocupação com a desigualdade social. Assim as necessidades essenciais dos menos favorecidos são ressaltadas como prioritárias. Em segundo lugar, o conceito ilumina as limitações tanto tecnológicas quanto de organização social que bloqueiam a capacidade do planeta em atender a essas necessidades básicas.

A crítica aqui realizada não tem como foco o ataque do conceito em si, mas de seu uso indiscriminado e banalizado. Um uso reducionista, que esvazia o sentido original e ainda se utiliza da expressão para legitimar injustiças e abusos, sob a pretensa bandeira da sustentabilidade ambiental.

Na prática, a visão tradicional, ainda adotada pela maioria dos economistas e governos, como bem pontuou Makray (2007), está ancorada numa escala de valores já superada enquanto patamar civilizatório (BERNARDO, 2007). É o que quer dizer Mendonça (2005), ao criticar as formas de ação dos ambientalistas:

com o desejo de participar da construção de um mundo melhor, os movimentos ambientalistas ainda se baseiam em estruturas de pensamento a partir das quais emergiram, desconhecendo o histórico dos problemas e a forma de pensar que lhes deu origem. Fundamentam suas ações no mesmo processo que causou os problemas que agora querem resolver. Criam assim uma **contradição dentro de suas próprias formas de agir**. Não desenvolvem a autonomia necessária para transformar, satisfazendo-se com as ações - muito positivas e absolutamente necessárias, mas de curto prazo. Esse fato é próprio da época em que vivemos, em que a tendência é **dificultar ao máximo a criatividade e a autonomia**. Nossa modernidade nos impulsiona a atuar prioritariamente ou exclusivamente sobre os sintomas, fazendo com que o problema reincida em pouco tempo. (MENDONÇA, 2005. p. 26 grifo nosso).

Observa-se que existe um descompasso entre as demandas mais revolucionárias, transgressoras, emancipadoras e as tendências mais domesticadoras, ingênuas ou conservadoras. O que acaba ocorrendo na prática é a tentativa de implantação de um Capitalismo Ecológico, pois quem tem o poder de decisão está alinhado à lógica do “desenvolvimento sustentável” de orientação capitalista neoliberal.

Assim, no Discurso do Desenvolvimento Sustentável é possível observar um movimento dialógico posto que este se posiciona no cerne da oposição revolução *versus* reforma. As classes dominantes se apropriaram desse discurso e promoveram um discurso “conciliador” entre Mercado e Movimentos Ambientalistas, que acaba por neutralizar o “poder de fogo” do Movimento e com isso suas demandas.

Como forma de reação alguns setores dos movimentos adotaram o termo “sociedades

sustentáveis” ou sustentabilidade, excluindo de sua expressão o termo “desenvolvimento sustentável”, que remete ao capitalismo e à lógica neoliberal, exploratória e predatória (VIÉZZER, 1995).

### 2.3 Ambientalismo e ética

O filósofo Giles Lipovetsky (2005) apresenta sua visão do sentido e direção da crise sistêmica que atravessamos na atualidade, ao delinear a sociedade que ele denomina de pós-moralista e discutir sobre o que chama de *renovação ética*.

Para ele a sociedade pós-moralista é um momento no qual os supremos deveres do homem caem por terra, e observa-se uma redescoberta da preocupação ética.

Wallerstein (2002) explica que o processo de secularização da sociedade se expressou no mundo do saber em duas etapas. Primeiramente com a rejeição da teologia como modo de conhecimento exclusivo ou dominante, a filosofia tomou seu lugar, assim ocorreu um deslocamento do *locus* da autoridade, de Deus para o homem racional. Em seguida a filosofia foi rejeitada como especulação dedutiva, e a ciência foi proclamada produtora do saber extraído do estudo da realidade empírica, como única forma racional de produção de conhecimento.

Expandindo esse processo para a sociedade em geral, Lipovetsky (2005) identifica a pós-modernidade à sociedade do pós-dever, e faz sua crítica afirmando que a sociedade pós-moralista encontra como saída o princípio de *responsabilidade*. Essa saída se apresenta sob as formas de responsabilidade ambiental, social e empresarial. A responsabilidade assume o lugar do dever desonerando-o da noção de sacrifício, trata-se de uma ética razoável, que empreende um esforço de harmonização entre valores e conveniências. Nas palavras do autor, uma ética individualista e indolor.

Para Lipovetsky (2005) o individualismo exacerbado provoca desvios alarmantes, nossa representação de futuro está em crise, as promessas do racionalismo tecnicista e positivista estão, a cada dia, mais enfraquecidas, e compete à iniciativa ética combater esses excessos. O renascimento ético traz o fator humano, a iniciativa, ou o comprometimento, como fator capital de uma mudança coletiva, e representa um elemento adicional no processo moderno de secularização da moral.

Edgar Morin (2000) também observa que o pensamento tecnocrático está

profundamente arraigado nas mentes humanas, e este tipo de pensamento, que é pertinente ao artificial e maquínico, é incapaz de compreender o vivo e o humano, além de acreditar-se como único meio racional de pensamento. Para o autor, trata-se no entanto, de uma racionalização abstrata e unidimensional, uma falsa racionalidade. Ele cita como exemplo a Revolução Verde, solução presumivelmente racional, que empobrece ao enriquecer e que destrói para criar. Na busca de uma solução (aumento da produção de alimentos), cria problemas inesperados de igual magnitude ou até maiores do que o problema original (susceptibilidade às pragas, contaminação dos solos e águas, transgenias, etc.).

Para Gilles Lipovetsky (2005), a idéia de proteger a natureza como se articula no seio da sociedade civil, se trata de uma expressão de individualismo utilitarista, já que o objetivo desta proteção é a qualidade de vida (expressão característica do individualismo pós-moderno) ou mesmo a sobrevivência da espécie humana no planeta, e não a exaltação de um ideal incondicional abstrato. Como afirma o autor, trata-se de uma moral minimalista para o cotidiano "não determina nenhum esquecimento do eu, nenhum sacrifício supremo, apenas que não se desperdice e que se consuma menos ou melhor" (LIPOVETSKY, 2005, p. 247).

Lipovetsky (2005) aponta ainda que a sociedade transfere para o Poder Público as obrigações onerosas da preservação do meio ambiente, não há sentimento de obrigação ou ética coletiva, o que se desenha é um poder tecnocrático responsável. A esta ética é que Lipovetsky (2005) chama de pós-moralista e que está intimamente ligada ao pensamento neoliberal e pós-moderno.

Para ele, a ecologia se converteu num fator de produção, o futuro pertence a eco-indústria, a ética ecológica não se dirige contra a dinâmica de poder estabelecido, apenas conjuga seus objetivos com as novas demandas de responsabilidade.

Boaventura de Souza Santos (2004) afirma que a modernidade ocidental se assenta numa enorme discrepância entre experiência e expectativa, as expectativas eram enormes e não se realizaram, em nome dessas expectativas justifica-se até hoje o desastre. Sua sociologia das emergências busca uma relação mais equilibrada, propondo uma nova semântica e radicalizando as expectativas com base em capacidades e possibilidades reais no aqui e no agora. Expectativas contextuais e radicais, para produzir um conhecimento argumentativo e que se propõe razoável, que avança na medida em que identifica credivelmente saberes ou práticas emergentes.

A pesquisa desenvolvida, se valendo deste aporte teórico, ao buscar as regularidades e recorrências quanto ao posicionamento de diversos atores sobre o tema estudado, se

preocupou também com a busca pela apreensão de como essas questões éticas se observam/traduzem nos dados coletados. E essa visão da ética numa perspectiva pós-moderna pôde ser verificada nos resultados obtidos.

Como afirma Santos (2004) não há segurança de que um mundo melhor seja possível, então preferimos com ele, imaginar um mundo melhor a partir do presente. Pela reinvenção do presente é possível constatar que seria possível viver num mundo melhor hoje. Em última análise, a pesquisa desenvolvida trabalhou com a esperança de contribuir para uma compreensão do presente capaz de colaborar na construção de um futuro mais justo e digno para as pessoas.

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa se desenvolveu em duas etapas.

A primeira, de caráter exploratório, constituiu-se de um estudo piloto, que envolveu amplo levantamento de mensagens existentes em algumas das redes sociais digitais brasileiras de maior utilização pelo público: *Twitter*, *Facebook*, *Flicker*, *Yahoo! Respostas*, *YouTube* e *Google Blogs*. As palavras-chave pesquisadas foram “sustentabilidade” e “sustentável”. Esta primeira etapa permitiu conhecer e categorizar os principais tipos de conteúdos existentes e os atores mais presentes.

A segunda etapa foi o estudo realizado no *Twitter*, e envolveu a definição do recorte da pesquisa e o desenvolvimento de uma metodologia de processamento de dados. Os conteúdos foram coletados no *Twitter*, por meio da busca pela palavra-chave “sustentabilidade”. A metodologia desenvolvida incluiu análises estatísticas, a construção e análise de nuvens de *tags*<sup>22</sup> e a busca de conexões com fatos e acontecimentos relevantes para a interpretação dos dados.

#### 3.1 Estudo Piloto

A primeira etapa da pesquisa, de caráter prospectivo, envolveu três coletas de dados, cada uma por sete dias consecutivos, sempre nas últimas semanas de cada mês (setembro, outubro e novembro de 2011), em seis ambientes sociais *Twitter*, *Facebook*, *Flicker*, *Yahoo! Respostas*, *YouTube* e *Google Blogs*, através da busca pelas palavras-chave “sustentabilidade” e “sustentável”.

Os levantamentos utilizaram um sistema desenvolvido pela empresa *LiveBuzz* Tecnologia (DINAMIZE, 2010), empresa com foco em tecnologia para *marketing* em mídias sociais. A empresa realizou um processo seletivo para oferecer a pesquisadores interessados em estudar redes sociais digitais o acesso gratuito ao seu *software* de monitoramento de redes e o projeto da presente pesquisa foi selecionado neste processo.

Por meio de uma conta acadêmica esta pesquisa pôde utilizar a ferramenta de coleta de dados da empresa *LiveBuzz* Tecnologia sem ter custos na utilização do serviço. Essa

---

<sup>22</sup> *Tag* significa rótulo ou legenda.

ferramenta funciona capturando as mensagens publicadas em diversas redes digitais, através da busca por palavras-chave.

Os dados capturados foram exportados para planilhas do *Excel*, para a realização das contagens e classificações. As planilhas contêm as seguintes informações: palavra-chave buscada; mídia; usuário; conteúdo; data e horário de publicação e *permalink* (link da publicação). Para os conteúdos coletados no *Twitter*, a tabela também informa quantos seguidores<sup>23</sup> aquele usuário possui.

O número de itens encontrado em cada uma das seis plataformas sociais virtuais estudadas foi avaliado de modo a determinar o ambiente com maior número de itens contendo os termos pesquisados. Com base nessas informações foi possível determinar a rede mais relevante para a pesquisa, no caso essa rede foi o *Twitter*.

Se faz necessário citar que no final de 2011 o *Twitter* contava com 14,2 milhões de usuários (TOTAL, 2011), bem atrás do *Facebook* e *Orkut*, ambos com cerca de 30 milhões de usuários à época (TOTAL, 2011). Porém, o *software* de captura utilizado não tinha funcionalidade no *Orkut*, e a funcionalidade no *Facebook* era bastante limitada. Inclusive até hoje as buscas realizadas no *Facebook* retornam apenas os conteúdos classificados como públicos pelos próprios usuários.

Carolina da Silva, funcionária da empresa *LiveBuzz*, observa que no *Twitter*, embora haja a possibilidade de se manter a privacidade sobre as postagens são pouquíssimos os usuários que utilizam essa opção, por conta disso, o maior fluxo de informação obtido entre as redes monitoradas costuma ser oriundo dessa plataforma (informação verbal).

Quanto ao comportamento dos usuários das redes sociais, uma pesquisa realizada no fim de 2012 (MIDIA; SENSE, 2012) apontou que 32% dos entrevistados utilizavam o *Twitter*, e destes 58% acessavam com o principal objetivo se atualizar sobre notícias e acontecimentos.

A pesquisa apontou ainda que apenas 10% dos usuários do *Twitter* era criador de conteúdo, 35% compartilhava e interagia e 55% dos usuários se classificou como expectador.

O dado mais interessante desta pesquisa foi que 60% dos usuários enxergavam o *Twitter* como uma forma de discutir assuntos sociais e políticos, como afirma o relatório da pesquisa: "mais do que o Facebook, o Twitter é um ambiente que pode ser usado para influenciar em decisões ou ações relacionadas ao social e político" (MIDIA; SENSE, 2012, p. 4).

---

<sup>23</sup> O número de seguidores no *Twitter* corresponde ao número de usuários que recebe as publicações diretamente em sua página, e é um dos componentes considerados ao se realizar o cálculo da influência dos usuários.

De modo que, apenas as mensagens coletadas no *Twitter* foram classificadas em dois grupos, de acordo com a palavra-chave encontrada: “sustentabilidade” ou “sustentável”. O grupo que somou mais itens foi o grupo dos itens contendo a palavra-chave “sustentabilidade”.

O grupo dos itens coletados no *Twitter* e contendo a palavra-chave “sustentabilidade” foi então dividido em duas categorias, levando-se em conta o tipo de conteúdo da mensagem; itens com *links* e itens sem *links*. Os itens que se enquadravam na categoria do tipo de conteúdo predominante, no caso os itens com *links*, foram selecionados para análise.

Na análise buscou-se observar quais eram os temas mais recorrentes, ou seja, quais os *links* mais *retweetados*<sup>24</sup>, e quais as categorias de análise mais indicadas com relação aos temas, bem como identificar os atores mais influentes (atores-chave).

Como apontam Recuero e Zago (2011), e também os dados das empresas Mídia e Sense (2012) os usuários do *Twitter* em geral têm um baixo nível de interação, a maioria dos usuários é passivo, e a maioria dos usuários atuantes trabalham como um filtro que divulga para sua rede e para outras redes as informações que julga relevantes. De acordo com as autoras o *retweet* (RT) seria “o principal ‘motor’ da difusão de informações no *Twitter*, pois gera visibilidade para a informação e para a fonte que originalmente a publicou” (RECUERO; ZAGO, 2011, p. 17).

Recuero e Zago (2011) ao discutirem os valores que podem ser gerados no *Twitter* afirmam que a influência é um dos valores mais relevantes, mas que ela “não tem relação direta com o número de seguidores. Ser influente é ser capaz de gerar efeitos e ações na rede social” (Recuero; Zago, 2011, p. 5).

As análises realizadas nesta primeira etapa se basearam predominantemente nas propostas de análise de conteúdo de Bardin (1977) e Selltiz (1965).

Laurence Bardin define o termo “análise de conteúdo” como sendo:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

Segundo Selltiz (1965) a análise sistemática e objetiva segue algumas restrições:

---

<sup>24</sup> O *retweet* ou RT é a reprodução de uma informação que já foi publicada na rede e está sendo repassada adiante.

[a] As categorias de análise, usadas para a classificação do conteúdo, são clara e explicitamente definidas, de forma que outros indivíduos possam aplicá-las ao mesmo conteúdo, a fim de verificar suas conclusões; [b] o analista não pode selecionar e descrever apenas o que lhe parece interessante, mas precisa classificar metodicamente todo o material significativo de sua amostra; [c] algum processo quantitativo é usado para conseguir uma medida da importância e da acentuação, no material, das várias ideias encontradas, e permitir comparação com outras amostras de material (SELLTIZ, 1965, p. 379).

Selltiz (1965) faz ainda uma reflexão importante ao afirmar que “o interesse pela quantificação tornou-se tão dominante que frequentemente obscurece o interesse pelo conteúdo singular das comunicações” (op. cit., p. 379). Ou seja, é fundamental não perder de vista aspectos qualitativos do material que está sob análise, passando-se dos dados brutos à inferências sobre as condições de produção e recepção das mensagens, como apontado anteriormente por Bardin (1977).

Assim, a análise dos conteúdos com *links* publicados no *Twitter* e contendo a palavra-chave “sustentabilidade” foi realizada identificando, para cada uma das três coletas realizadas, os dez (10) *links* mais replicados. Para identificar quais eram esses *links* utilizou-se o módulo interativo LPP – Estatística das Letras, Palavras e Períodos – desenvolvido e disponibilizado pela Universidade Federal Fluminense (BORTOLOSSI, 2009). O LPP realiza contagens diversas, entre elas o número de vezes que cada palavra aparece no texto.

Por conta do limite de caracteres (140) de cada mensagem no *Twitter*, uma forma comum de postar *links* é utilizar encurtadores de URL (endereço eletrônico), onde, por exemplo, o endereço <<http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/atitude/melhor-motorista-brasil-idadania-seguranca-sustentabilidade-transito-boas-praticas638000.shtml>> ao ser encurtado se torna apenas <<http://t.co/Z1qZglUK>>.

O módulo LPP reconhece os oito caracteres finais da URL encurtada (no exemplo: Z1qZglUK) como uma “palavra”, e nos mostra quantas vezes esta “palavra” apareceu no conteúdo total. Dessa forma foi possível selecionar as URL's mais *retweetadas* no material coletado.

Foram selecionados os dez endereços eletrônicos mais postados em cada uma das três coletas, e ao final foram obtidos 24 endereços diferentes (pois alguns endereços apareceram em mais de uma coleta).

De posse deste material, o mesmo foi classificado sob dois pontos de vista, o primeiro em relação aos atores produtores das mensagens e o segundo em relação ao conteúdo das mensagens.

Com relação aos atores foi avaliado o perfil de cada um, os quais foram classificados

em duas categorias: institucional ou individual. Foi avaliado também o número de seguidores de cada ator, e neste quesito eles foram classificados em sete categorias de acordo com a tabela a seguir:

Tabela 1 – Escala utilizada para classificar os usuários quanto ao número de seguidores

Classes	Nº mínimo de seguidores	Nº máximo de seguidores
A	126.000	> 1.000.000
B	18.000	125999
C	3.000	17.999
D	600	2.999
E	150	599
F	50	149
G	0	49

Consideramos que o usuário que se enquadra na classe A pode ser uma celebridade, ou uma personalidade pública ou ainda corresponder a um perfil de um grande veículo de comunicação, por exemplo, enquanto o usuário que enquadra na classe G seria um usuário de baixa intensidade, com poucos seguidores. A classe D, intermediária pode corresponder tanto a um usuário muito popular como a um perfil institucional e/ou profissional, já podendo ser considerado um formador de opinião.

Também foi realizado um cálculo do grau de influência de cada ator. O cálculo para determinar a influência foi feito dividindo-se o número de *retweets* obtidos por cada ator, pelo número de postagens que cada um realizou individualmente.

A determinação do cálculo de influência foi feita com base nos estudos de Recuero e Zago (2011) e Valiati *et al* (2012), para quem “os usuários considerados influentes são aqueles que conseguem ‘romper a passividade’ dos outros usuários, ou seja, que publicam conteúdo que é propagado por seus seguidores” (VALIATI *et al*, 2012, p. 3).

A fórmula utilizada foi :

$$I = \frac{A_a}{P_a}$$

Onde  $I$  é a influência;  $A_a$  é o total de aparições dos *links* publicados pelo ator no conjunto dos dados analisados e  $P_a$  é o número de postagens que o próprio autor realizou de seus *links*.

Essa fórmula foi desenhada com vistas a determinar a capacidade de cada ator em produzir ações de outros usuários. Assim, por exemplo, um ator que realizou uma publicação única e obteve muitos *retweets* é mais influente do que um ator que teve que realizar diversas postagens para atingir o mesmo número de RTs.

Com relação à classificação do tipo das mensagens foram utilizadas três categorias: notícia; promoções e outros. Foram incluídas na categoria notícia os itens relativos à notícias sobre temas específicos; divulgação de páginas de conteúdo e divulgação e convite de eventos.

Já os itens relativos à divulgação de empresas, promoções ou concursos foram incluídos na categoria promoção e aqueles que não se enquadravam em nenhuma das duas categorias foram alocados na categoria outros.

Com relação ao conteúdo das mensagens observou-se uma grande heterogeneidade temática do material, e por se tratarem de chamadas para visitas a outros *sites*, a maioria dos textos possuía caráter propagandístico, buscando incitar a curiosidade para “ganhar” o *click* do leitor, de modo que os itens foram listados como apareceram e discutidos quanto aos autores e tipos.

### **3.2 Estudo no *Twitter***

A segunda etapa da pesquisa foi um estudo desenvolvido no *Twitter*. A coleta dos dados foi realizada por meio da ferramenta *Live Buzz* (DINAMIZE, 2010), nos meses de janeiro, fevereiro, março, maio, junho e julho de 2012, e foram capturadas as mensagens publicadas com a palavra “sustentabilidade”.

Cada uma das seis coletas desta etapa ocorreu durante sete dias consecutivos, e o dia inicial da coleta foi definido de forma que cada coleta abrangesse um período diferente ao longo do mês, de modo a obter a variação entre a primeira, segunda, terceira e quarta semana dos meses, totalizando assim quarenta e dois (42) dias de coletas de dados.

Com base nos resultados obtidos no estudo piloto foi desenhada uma outra abordagem metodológica, com vistas a enquadrar a análise dos dados aos objetivos iniciais da pesquisa,

que era o de observar a agenda pública (BRUM, 2003), ou seja, o conjunto de temas mais presentes e que se destacaram na amostra estudada, relativos ao emprego do termo “sustentabilidade” e assim conhecer quais os temas mais discutidos e como as pessoas compreendem e discutem o conceito.

Essa abordagem teve como foco as mensagens produzidas pelos indivíduos, optou-se assim por excluir os itens contendo *links* para conteúdo externo e por analisar apenas o conteúdo proprietário ou autoral, com vistas à obtenção de pistas acerca das construções de significados em gestação na rede. Os itens contendo os termos “www” e “http” foram excluídos, como forma de manter apenas os itens sem *links* para análise.

A exclusão dos links baseou-se em dois critérios, primeiramente para homogeneizar os dados e também devido às observações e análises do estudo-piloto realizado, onde os itens com *links* foram publicados prioritariamente por atores institucionais ou profissionais.

Foi então priorizada a análise de conteúdo, como proposta por Bardin, (1977) e Selltiz (1965) através da contagem das palavras recorrentes, leitura flutuante e categorização dos itens, e com o objetivo de não perder de vista os aspectos qualitativos do material sob análise, a pesquisa buscou elementos dos estudos da complexidade de Edgar Morin (2000) como apoio para o desenho das análises.

No contexto da presente pesquisa, um estudo que tem como *corpus* de dados cerca de oitenta mil publicações para serem organizadas e analisadas, e sendo esses itens fruto de uma ferramenta como o *Twitter*, que pelas suas características de forma do conteúdo (limite de 140 caracteres), temporalidade dos acontecimentos (extrema rapidez) e relações entre as pessoas (dispersão em rede); é por si só fragmentada e fragmentadora, as considerações de Morin (2000) sobre a construção do conhecimento sob o prisma do paradigma da complexidade foram norteadoras para o projeto de pesquisa executado.

Como afirma o autor (op. cit.) há um descompasso entre a produção de saberes e as realidades. Os saberes estão cada vez mais compartimentados e divididos, ao passo que os problemas reais se mostram cada vez mais globais e multidisciplinares. Nesse sentido o autor aponta um caminho ao afirmar que é preciso conjugar o conhecimento das partes e o conhecimento da totalidade, conjugar a síntese e a análise, e sobretudo a necessidade uma reforma paradigmática do pensamento “para articular e organizar os conhecimentos e assim reconhecer e conhecer os problemas do mundo” (ibid., p. 35).

Morin faz uma crítica ao conhecimento compartimentado, ressalta a importância do contexto para que dados ou informações façam sentido, e nos lembra de que o todo é maior do

que a soma de suas partes, já que as partes se relacionam entre si, produzindo outros significados, impossíveis de visualizar apenas com a observação das partes.

Assim, trabalhamos com foco na busca por temas que possam se configurar como o amálgama da questão ambiental para o grupo estudado, nos esforçando para realizar um trabalho de cunho teórico-metodológico humanístico e interdisciplinar e evitar que a compreensão dos sentidos se perca na própria natureza do objeto de estudo.

Como bem disse Morin (2000), as dispersões provocadas pela especialização fragmentadora “somam-se para impedir o exercício do conhecimento pertinente” (MORIN, 2000, p. 40). O que significa que no contexto desta pesquisa não é suficiente coletar os dados e aplicar técnicas prescritivas de análise de conteúdo. É premente a consideração do contexto no qual se dá a comunicação (ambiente digital); a compreensão de quais discursos são efêmeros (o que é muito comum neste ambiente), e quais temas são recorrentes e podem se configurar como o amálgama da questão ambiental para o grupo; e sobretudo saber distinguir os padrões de fala e compreender suas articulações, considerando que o sentido do item em si (pela limitação do tamanho da frase imposta pela ferramenta) pode ser exterior ao conteúdo, estando relacionado a padrões exteriores de significação.

Trata-se de uma rede de sentidos entrelaçados, com diferentes figuras em destaque, mas todas urdidas ao mesmo pano de fundo. Morin (2000) define o termo complexo como “o que está tecido junto”, ao extrair um objeto de seu contexto e de seu conjunto, impossibilita-se a apreensão do complexo.

Para a análise dos dados, nos atentamos também para o fato de que nos encontramos em um período de transição e de emergência de um novo paradigma, (WALLERSTEIN, 2002; SANTOS, 2004), e por conta disso a gama de interpretações do conceito de sustentabilidade, das opiniões e posicionamentos é gigantesca. Assim, fica inadequada para este tipo de trabalho uma categorização estanque dos conteúdos, o objetivo deve ser encontrar o fio condutor do *continuum* de possibilidades e interpretações relativas ao tema.

Assim pela necessidade de uma abordagem mais holística dos conteúdos optou-se, nesta segunda etapa, pela utilização do recurso da nuvem de *tags* (ou nuvem de palavras) para a visualização da escala de ocorrência dos temas, onde as inferências foram validadas através da utilização de mais de uma técnica de análise e corroboradas pela literatura.

Uma nuvem de *tags* é uma lista (conjunto de palavras) hierarquizada visualmente, que é utilizada como método de classificação, e se faz muito presente no ambiente *web*. Uma *tag* pode ser entendida como uma categoria simples. As nuvens de *tags* são usadas para





associadas ao termo sustentabilidade de forma difusa (assuntos variados) porém constante ao longo do tempo.

É muito importante ressaltar que esses níveis de análise se entrelaçam, posto que ao retirar a primeira camada de informação - os temas de ocasião em discussão na agenda pública - foi possível começar a visualizar uma regularidade temática.

Os temas do segundo plano, sem tanta expressão aparente, se repetiram com certa regularidade ao longo de todas as coletas. Neste nível, palavras como “educação”, “desenvolvimento”, “economia” e “planejamento”, entre outras, apareceram dentre as mais citadas, e ao observar o emprego de cada uma delas pudemos observar que os contextos podem tanto ter relação com os temas de ocasião identificados como ainda serem usadas de maneira extremamente heterogênea nos mais diversos contextos.

Trata-se assim de uma rede de sentidos entrelaçados, com diferentes figuras em destaque, mas todas urdidas ao mesmo pano de fundo.

Para dar uma ideia da quantidade de conteúdo processado, o documento de texto, contendo o total de mensagens coletadas em 2012, em fonte *Times New Roman*, tamanho doze (12) e com espaçamento simples, em página A4 e margens padrão é um documento com quinhentas e setenta e cinco (575) páginas, contendo as mais de onze mil (11.149) mensagens selecionadas.

Foram considerados para fins de análise apenas os itens com expressividade aparente na nuvem de *tags*, e cuja classificação foi corroborada pela contagem de palavras.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Resultados do Estudo Piloto

A ferramenta disponibilizada pela empresa *Live Buzz* capturou mais de quarenta mil itens, (41.758) sendo que a grande maioria deles (84,84%) foi coletado no *Twitter*, como demonstra o Gráfico 1.

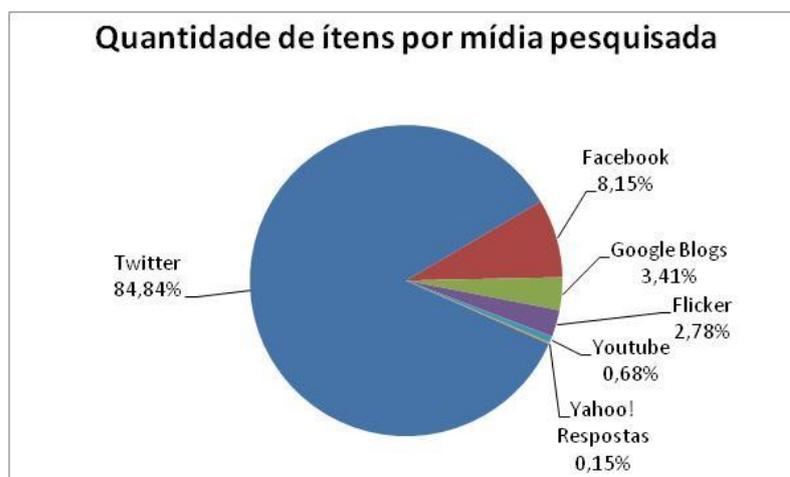


Gráfico 1 - Porcentagem de itens coletados em cada ambiente monitorado

Com relação às duas palavras chave pesquisadas (“sustentabilidade” e “sustentável”) a busca pela palavra “sustentabilidade” retornou 58,06% dos itens (24.243), e a busca pela palavra chave “sustentável” retornou 40,07% dos itens (16.734), enquanto 1,87% dos itens (781) continham ambas as palavras.

Esse resultado nos levou a adotar como primeiro recorte para o estudo apenas mensagens postadas no *Twitter* contendo a palavra-chave sustentabilidade, nos restringindo a 19.361 itens. A seleção de uma única palavra-chave e de uma única mídia foi importante para homogeneizar a base de dados e assim possibilitar análises quantitativas e qualitativas mais confiáveis.

Essa decisão também se pautou pelo interesse em nos aproximar de discussões que envolvam a vanguarda do ambientalismo e nos distancie das discussões relacionadas ao termo “desenvolvimento sustentável”.

Os dados selecionados foram exportados da ferramenta de monitoramento *Live Buzz* para o *Microsoft Excel*, e em um primeiro olhar foi possível distinguir duas categorias principais com relação ao tipo de conteúdo. A divisão foi feita entre os itens contendo *links*

para outras páginas na internet, tratando-se de divulgação de conteúdo externo (63,81%) totalizando 12.354 itens e os itens sem *links* para *sites* externos, isto é, mensagens de texto restritas ao ambiente do *Twitter* (36,19 %) totalizando 7007 itens.

Com o objetivo de reduzir a base de dados e facilitar as análises optou-se por excluir o menor grupo, ou seja, os itens sem *links*. A separação foi feita selecionando-se todas as mensagens com “http” ou “www”.

Com esse universo delimitado, de mais de 12.000 mensagens com *links*, desenvolveu-se a análise com o objetivo de ganhar familiaridade com os conteúdos publicados, buscando-se observar quais eram os temas mais recorrentes (*links* mais *retweetados*), quais seriam as categorias de análise mais indicadas e identificar os atores-chave.

Foram selecionados os dez endereços eletrônicos mais postados em cada uma das três coletas, e ao final foram obtidos vinte e quatro (24) endereços diferentes (pois alguns endereços apareceram em mais de uma coleta).

A análise dos itens envolveu 668 *twetts* (publicações), correspondendo a 24 *links* que foram publicados por 13 atores diferentes. Os itens analisados correspondem assim a 5,4 % dos itens com *links*.

A tabela com as 24 publicações originais, seus autores, conteúdos, *link* permanente e número de repetições na amostra pode ser observada no ANEXO B.

Foram analisados os atores-chave com relação ao seu perfil, ao número de seguidores e à sua influência. Foram também analisados os conteúdos das postagens com relação ao tipo de publicação.

#### **4.1.1 Atores-chave**

##### **4.1.1.1 Perfil dos atores-chave**

Foi feita uma listagem dos atores que postaram inicialmente cada mensagem, e observou-se que para as 24 diferentes mensagens há 13 atores-chave que postaram os conteúdos. Segue-se o perfil do *Twitter* de cada um e uma breve descrição das publicações de cada um dos atores.



**psustentavel**

*“ideias, dicas e notícias sobre meio ambiente, responsabilidade social, negócios sustentáveis, educação, cidadania e muito mais”*

É o perfil do portal *Planeta Sustentável*. Portal sobre meio ambiente da Editora Abril. Postou nove *links*, 63 vezes e obteve 348 aparições. Das nove mensagens postadas, cinco eram links para conteúdo próprio, dois eram notícias, um era divulgação de evento e um era promoção de outra revista (Quatro Rodas) da mesma editora.



**revistasuper**

*"Twitter da revista Superinteressante"*

Revista mensal da Editora Abril. Postou uma mensagem e obteve 54 aparições. A mensagem postada era uma divulgação de um evento chamado *Global Sustainability Jam*.



**CicloVivo**

*"O CicloVivo é um site com o objetivo de informar as mudanças e novidades do mundo da sustentabilidade, além de fomentar atitudes mais positivas e conscientes"*

Site jornalístico mantido por quatro jornalistas paulistas. Postou três mensagens, 13 vezes e obteve 49 aparições. As três mensagens postadas tratavam-se de notícias, referentes à: transformação de celulose em biocombustível através de bactérias; quantidade de esgoto despejado sem tratamento por dia no Brasil e tamanho do buraco na camada de ozônio sobre a Antártida.



**silva\_marina**

*"Sou professora de História. Fui candidata à Presidência da República pelo PV em 2010, ministra do Meio Ambiente (2003-2008) e senadora pelo Acre, de (1995-2011)"*

Postou uma mensagem e obteve 21 aparições. Sua postagem foi a divulgação do evento "Grito da Pesca", realizado pelo Movimento de Pescadores/as Artesanais (MPP).

**joaogabriel\_cf** PERFIL *Twitter* não encontrado.

Postou uma mensagem, 38 vezes e obteve 38 aparições. Postou link de divulgação de vídeo no *YouTube*. O vídeo é de uma aluna de 7ª série para um concurso de vídeo dos colégios Salesianos com o tema “Meu S é de sustentabilidade”.



**admnews**

*"Perfil da revista e do portal Administradores, principal canal online de Administração e Negócios na América Latina"*

Postou duas mensagens, seis vezes e obteve 32 aparições. Postou uma divulgação de evento e uma notícia, ambas relacionadas à administração de empresas.



**andicomunicacao**

*"A ANDI atua na promoção e no fortalecimento do diálogo entre diferentes atores da sociedade, tendo como base os princípios da mídia para o desenvolvimento"*

Postou uma mensagem fora do período estudado e obteve 23 aparições. A postagem da mensagem original foi realizada antes do início da coleta dos dados, porém a partir de um *retweet* do usuário @silva\_marina o link foi replicado 23 vezes e entrou na lista dos dez mais daquela semana.

A publicação tratava-se de uma notícia a respeito de uma pesquisa da cobertura da mídia sobre o debate ao redor do código florestal, apontando que as questões de disputa política predominam sobre esclarecimentos acerca do assunto.



**gabijuns**

*"Apaixonada pela floresta Amazônica e habitante da floresta de pedras. Meu dia-a-dia: [www.ativismo.org.br](http://www.ativismo.org.br)"*

Postou uma mensagem, 22 vezes e obteve 25 aparições. A mensagem divulgava o projeto "Curso de Ativismo para Sustentabilidade" em busca de *crowdfunding*.



**flaminioAra**

*"Jornalista, Ex-correspondente do Jornal do Brasil no Ceará, editor de Cidade no O Povo, Editor de Economia no Diário do Nordeste, etc."*

Postou uma mensagem, 13 vezes e obteve 22 aparições. A publicação tratava-se de uma notícia sobre a participação do Estado do Ceará na 3ª Conferência Internacional sobre Clima, Sustentabilidade e Desenvolvimento em Regiões Semiáridas – ICID+19.



**GabitoNunes**

*"escritor e loser. / [gabito@gabitonunes.com.br](mailto:gabito@gabitonunes.com.br)"*

Postou uma mensagem e obteve 16 aparições. A mensagem divulgava o site Estante

Virtual, um site que concentra diversos sebos em todo o país e realiza vendas *online*.



**UVVES**

*"Maior Instituição de Ensino Superior particular do Espírito Santo, há 35 anos no mercado capixaba preparando profissionais qualificados."*

Postou uma mensagem, duas vezes e obteve 14 aparições. A publicação era a divulgação de uma promoção oferecendo brindes na "Pedalada dos Royalties".



**coletivoverde**

*"Blog de produtos ecológicos, moda, design e inovações sustentáveis. As últimas novidades em sustentabilidade."*

Postou 1 mensagem, 5 vezes e obteve 14 aparições. A publicação era a divulgação de um evento do Projeto CONTEM ®.



**AstrosLuminosos** *"humorSUSTENTÁVEL"*

Postou 1 mensagem e obteve 12 aparições. A publicação referia-se a uma promoção oferecendo um IPAD 2 pela resposta mais engraçada à pergunta "O que é sustentabilidade?".

Estes atores chave foram divididos, de acordo com o perfil, em duas categorias. Na categoria de perfis institucionais se inserem todos os perfis relativos à empresas, organizações jornalísticas ou de mídia, perfis humorísticos e figuras públicas, que se expressam em nome de suas instituições de origem ou podem ser considerados profissionais do discurso. Já na categoria de perfis individuais se encontram os perfis de pessoas físicas, cujo perfil aparentemente não possuía vínculo profissional de nenhuma natureza.

- I. Representantes de instituições: @psustentavel; @revistasuper; @CicloVivo; @admnews; @andicomunicação; @FlaminioAra; @coletivoverde; @AstrosLuminosos; @silva\_marina; @UVVES e @GabitoNunes.
- II. Indivíduos: @gabijuns e @joaogabriel\_cf.

#### 4.1.1.2 Número de seguidores e influência dos atores-chave

Foi realizada também uma categorização com relação ao número de seguidores (número de pessoas que visualizam as mensagens daquele ator em sua *timeline*) de cada um desses atores, a escala utilizada encontra-se na Tabela 1 (na Metodologia).

Já a influência foi calculada levando-se em consideração a capacidade do usuário em gerar ações na rede social, e a fórmula utilizada encontra-se logo após a Tabela 1.

Tabela 2 – Número de seguidores e influência calculada dos atores-chave identificados no Estudo Piloto

Perfil	Nº de Seguidores	Classe	Influência Calculada
revistasuper	589196	A	54
silva_marina	539590	A	21
AstrosLuminosos	312965	A	12
Admnews	81701	B	5,33
psustentavel	53692	B	5,52
GabitoNunes	13662	C	16
coletivoverde	10363	C	2,8
CicloVivo	8748	C	3,77
flaminioAra	2477	D	1,69
UVVES	2064	D	7
andicomunicacao	845	D	23
Gabijuns	663	D	1,14
joaogabriel_cf	79	F	1

#### 4.1.2 Tipos de publicações

Com relação ao tipo das publicações os itens se distribuíram da seguinte forma:

Tabela 3 - Categorias das mensagens, número de links em cada categoria, e porcentagem de aparições de cada categoria na amostra

Categoria	Descrição	Nº de links	Nº de itens	Itens analisados em relação à amostra (%)
<b>Notícia</b>	Notícias, divulgações de eventos e páginas de conteúdo	18	538	80,54 %
<b>Promoção</b>	Promoções ou divulgação de concursos	4	67	10,03 %
<b>Outros</b>	Outros tipos de conteúdos.	2	63	9,43 %
Total		24	668	100,00 %

Na categoria outros foram incluídos dois itens, sendo um *link* para um vídeo no *YouTube* de uma aluna de 7ª série para um concurso de vídeo dos colégios Salesianos com o tema “Meu S é de sustentabilidade” e um *link* para captação de recursos para o projeto “Curso de Ativismo para Sustentabilidade” através do conceito de *crowdfunding*<sup>25</sup>.

## 4.2 Discussão do Estudo Piloto

Os 24 links mais *retweetados* foram postados por treze atores diferentes, entre os quais onze perfis institucionais ou profissionais (84,61%), referindo-se a perfis de empresas de comunicação e jornalismo, portais de notícias, figuras públicas, instituições de ensino e profissionais do discurso em geral; e dois perfis pessoais (15,39 %).

Com relação ao número de seguidores pudemos observar que figuram na lista dos mais influentes tanto usuários com muitos seguidores, nos primeiros estratos da classificação, mas também usuários com pequeno número de seguidores.

Já com relação à influência dos atores-chave pudemos observar que a relação entre a influência de cada ator e o número de seguidores não é necessariamente direta (Gráfico 2), o que condiz com as observações de Recuero e Zago (2011) que afirmam que a influência é a capacidade de gerar ações e efeitos na rede social.

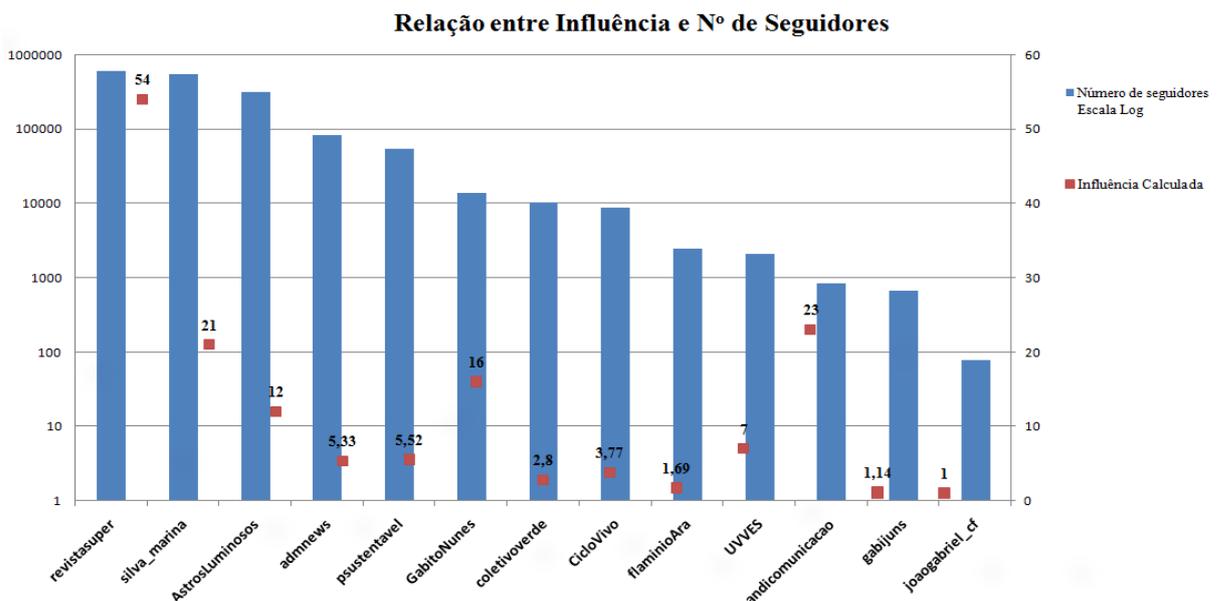


Gráfico 2 - Relação entre a influência e o número de seguidores dos atores-chave

<sup>25</sup> Iniciativas de financiamento colaborativas ou em tradução livre: “financiamento pela multidão”. Várias pessoas contribuem financeiramente para viabilizar uma ideia, um negócio ou um projeto.

Com relação às categorias dos *links* analisados observamos que 19 deles (79,17%) possuíam caráter claramente noticioso ou informativo; três itens (12,5%) referiam-se a promoções; um item (4,17%) era uma divulgação de projeto buscando *crowdfundind*; e outro (4,17%) um *link* que levava a um vídeo no *YouTube* e que se encontrava fora do ar no momento da visita.

A incidência de mensagens de caráter noticioso e/ou informativo observada coincide com os estudos citados por Recuero e Zago (2011), e com a pesquisa sobre o comportamento dos usuários de redes sociais apresentado (MIDIA; SENSE, 2012) a respeito de usos do *Twitter*, que demonstram que o perfil desta rede é mais voltado para notícias e informação do que para interação pessoal.

Ao avaliar o perfil de cada usuário, seu comportamento, o número de seguidores e sua influência foi possível observar que o ator @joaogabriel\_cf postou 38 vezes a mesma mensagem e não obteve nenhum RT, portanto sua influência é a mais baixa (1), enquanto o ator @revistasuper (perfil de uma revista impressa de propriedade da Editora Abril) publicou uma mensagem uma única vez e obteve 54 RT's, obtendo assim a influência mais alta (54).

Já o ator @andicomunicacao figura como segundo na lista de influência por ser o ator de origem da mensagem, mas o referido item obteve projeção a partir de um *retweet* do usuário @silva\_marina, que é o ator que se encontra em segundo lugar em relação ao número de seguidores e em terceiro lugar em relação ao cálculo da influência.

O usuário @silva\_marina corresponde ao perfil de candidata à Presidência da República pelo Partido Verde no Brasil nas eleições de 2010, que obteve cerca de vinte milhões de votos naquela eleição.

Assim, se por um lado a projeção alcançada pelo ator @andicomunicação foi consequência da uma ação do ator @silva-marina, o primeiro recebeu da segunda um voto de credibilidade, ela emprestou para o primeiro sua influência, de forma que, se o primeiro influenciou a segunda, ele compartilhou de sua influência.

O ator @UVVES é o perfil de uma universidade particular que publicou uma promoção que exigia o *retweet* como inscrição para concorrer a um prêmio.

Como discutem Recuero e Zago (2011), dependendo do tipo de conteúdo da mensagem o RT pode indicar significados diferentes. No caso de uma promoção, por exemplo, o ato de *retweetar* por si só é uma participação direta na promoção e serve para informar a rede de que a promoção está acontecendo. Além disso, por se tratar de um perfil de

uma universidade, espera-se que exista uma proximidade maior entre este perfil e seus seguidores, já que possivelmente a maioria desses seguidores fez ou faz parte da comunidade acadêmica, e assim, além do vínculo virtual possui também um vínculo de ordem pessoal com a instituição. Vínculos mais próximos em geral aumentam o nível de interação nas redes sociais (MIDIA; SENSE, 2012).

O ator @gabijuns realizou 22 postagens e obteve 3 RT's, e @joaogabriel\_cf realizou 38 publicações e não obteve nenhum RT. Ambos aparecem na lista dos *links* mais repetidos, mas possuem os menores valores de influência. A estratégia usada para dar visibilidade às suas postagens foi endereçar as mensagens para usuários “importantes” ou influentes, porém aparentemente essa estratégia não surtiu efeito, já que os mesmos não conseguiram provocar a ação do RT aos seus conteúdos, como o fez o ator @andicomunicacao.

No caso de uma campanha virtual, uma informação de interesse público ou um chamado para a participação em algum evento, Recuero e Zago (2011) apontam que o RT assume uma “função social”, e o ato de espalhar a mensagem, além de filtragem de informação, assume o caráter de apoio e participação, demonstrando engajamento do usuário com a causa. No caso dos dois atores citados com a menor influência esse engajamento não se alastrou por suas redes.

O ator @psustentavel (perfil também pertencente à Editora Abril) publicou, em média, sete vezes cada um de seus itens. Esse comportamento é condizente com a hipótese do *agenda setting*. Ou seja, demonstra uma tentativa deliberada do usuário em espalhar sua mensagem, de ser visto e replicado o maior número de vezes possível.

Com relação às categorias de usuários, observou-se a predominância de atores da *mainstream media* (profissionais o discurso), tendo sido o usuário mais expressivo o perfil ligado ao portal Planeta Sustentável. Esse usuário foi responsável por 37,5% dos *links* analisados, isto é 9 dos 24 *links* analisados são de sua autoria.

O portal Planeta Sustentável bem como a Revista Super Interessante, representados pelos perfis @psustentavel e @revistasuper, respectivamente, são ambos propriedade da Editora Abril, a maior editora do Brasil. Somando sua representatividade na amostra observamos que a Editora Abril foi responsável por 47,67 % dos *links* analisados (os 9 do @psustentavel mais 1 da @revistasuper). Se considerarmos o número total de itens analisados (668 itens) a Editora Abril foi responsável por 60,18 % dos *tweets* (itens).

Esses números são muito expressivos, e condizentes com as discussões acerca da colonização do espaço das redes sociais digitais pelas instituições da *mainstream media*, ou

seja, dos veículos de comunicação de massa.

Assim podemos afirmar que, para o conjunto de itens avaliados, de publicações com *links* no *Twitter*, embora seja senso comum que na internet todos tenham voz, tenham espaço para se expressar, aparentemente o fato é que os grande veículos de comunicação conseguem “falar mais alto”, provavelmente por terem a seu favor uma dupla de elementos que ampliam sua eficácia comunicativa na *web*.

Em primeiro lugar, por se tratarem de veículos já estabelecidos na sociedade, possuem credibilidade e um grande número de seguidores, e em segundo lugar, porque possuem funcionários especializados no trabalho com redes sociais digitais, que usam estratégias de maximização de alcance, publicando diversas vezes as mesmas informações ao longo do dia, além de estudarem os horários mais eficientes para realizar essas publicações.

A metodologia empregada no estudo piloto, que focou nos itens com *links*, não se mostrou adequada aos objetivos do estudo. Se por um lado conseguimos conhecer os atores-chave, avaliar seu comportamento e o tipo de conteúdo em circulação, já a análise dos conteúdos das mensagens não se mostrou capaz de elucidar opiniões e posicionamentos, o que não se mostrou de interesse para a pesquisa.

Para aprofundar a análise sentimos a necessidade de ir aos endereços publicados como forma de conhecer seus posicionamentos e orientações. Porém isso fugiria dos objetivos da pesquisa, já que o interesse foi o de conhecer a agenda pública nas redes sociais digitais.

Assim, a análise dos itens com *links* não se mostrou suficiente para responder a questão inicial. Estávamos buscando conteúdos opinativos, porém a abordagem utilizada permitiu apenas conhecer conteúdos superficiais, em geral notícias e informações. Conhecemos também os atores mais presentes, e observamos que se tratavam de atores institucionais divulgando sua páginas e sites, e pudemos confirmar algumas observações de outros estudos, o que indicou que o método tinha potencial para responder a questão de pesquisa desde que fossem feitos alguns ajustes.

### **4.3 Resultados do Estudo no *Twitter***

Na segunda etapa da pesquisa foram coletados mais de quarenta mil itens (40.672), por meio da busca pela palavra-chave “sustentabilidade” no *Twitter*.

As coletas foram realizadas durante um total de 42 dias distribuídos ao longo de uma semana em cada um dos meses de Janeiro, Fevereiro, Março, Maio, Junho e Julho de 2012.

Esses itens foram divididos em duas categorias, itens com *links* para conteúdo externo e itens sem *links*. Os itens COM *links* totalizaram 72,58 % (29.523 itens) e os itens SEM *links* corresponderam a 27,41 % (11.149 itens) dos dados coletados.

Considerando-se os objetivos do estudo e os conhecimentos adquiridos com a execução do estudo piloto, foi selecionado como *corpus* para análise o conjunto de dados referente aos itens sem *links*, composto por 11.149 observações.

As análises que seguem foram desenvolvidas sob dois aspectos, o dos conteúdos e o dos atores mais presentes. O primeiro considerou a agenda das coletas, e subdividiu-se em dois grupos: o grupo dos temas de ocasião e o grupo dos temas recorrentes. O segundo aspecto considerou o perfil dos atores-chave, sua influência e sua relação com a temática da sustentabilidade socioambiental.

### **4.3.1 Agenda Pública**

Ao observar a agenda pública, isto é, os temas socialmente relevantes relacionados ao uso do termo “sustentabilidade” observou-se que esta agenda se expressa de duas formas distintas, existem os temas de ocasião, que são os assuntos mais comentados em um determinado momento, e existem temas recorrentes, que independentemente da pauta da ocasião aparecem associados ao termo ao longo do tempo, de forma recorrente.

Os temas de ocasião se mostraram muito expressivos, pois algumas poucas mensagens foram muito *retweetadas*, e assim apareceram em evidência no conjunto do material coletado.

#### **4.3.1.1 Temas de ocasião**

A primeira nuvem de *tags* (Figura 3 – página 72) foi construída utilizando-se os 11.149 itens coletados no *Twitter* por meio da busca pela palavra-chave sustentabilidade e sem *links*. Foram então excluídas as palavras “sustentabilidade”, que aparecia em todos os itens e a expressão “RT”, que apareceu 5252 vezes.

A palavra “sobre”, que apareceu 1330 vezes, também foi removida pois seu tamanho ficou muito grande e sua presença se deu de forma muito homogênea. A análise de co-ocorrências demonstrou que a presença desta palavra ocorreu especialmente em construções do seguinte tipo (entre parentêses aparece o numero de vezes que a palavra apareceu ao lado

do termo “sobre”):

falar / falando / fala (181)				
palestra (56)				
debate (30)				
trabalho (38)		+	sobre	+
dúvidas (38)				
				sustentabilidade (697)
				a sustentabilidade (61)

Observamos com isso que havia no conjunto dos dados muitas publicações referentes a informações de eventos, ou referentes a programas de rádio e televisão "falando sobre sustentabilidade" nos momentos de coletas dos dados. Fato sabido é que o tema tem tido presença frequente na mídia, e essa presença se traduziu nesse conjunto de itens do *Twitter*.

A segunda nuvem de *tags*, com o total dos itens coletados, e apenas sem as três palavras excluídas pode ser observada na Figura 4. Essa nuvem mostra que o tema mais relevante foi referente às expressões “mina”, “supermercado”, “sacolinha”, entre outros.

Fazendo uma busca nos dados coletados constatamos que a expressividade destas palavras se deu devido à seguinte publicação do dia 29 de janeiro de 2012:

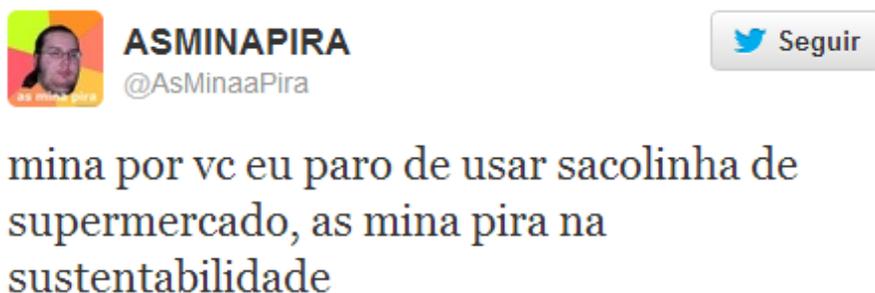


Figura 4 – Imagem do item coletada dia 25/01/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/AsMinaaPira/status/163630889983680515>>

Essa mensagem é a mais replicada na amostra, contando com 805 aparições, com pequenas variações, majoritariamente no mês de janeiro, esse número corresponde a 7,22% do *corpus*, sendo muito expressiva.

No dia 29 de janeiro de 2012 o usuário @punhetiinha publicou a frase às 12:04 e obteve 6 RTs, então às 12:33 o usuário @AsMinaaPira publicou a frase novamente, sem citar o usuário @punhetiinha e até as 23:58 do mesmo dia havia obtido 665 RTs.

Para determinar a expressividade do tema com mais exatidão realizamos no conjunto dos 11.149 itens coletados a busca pelas palavras: sacola / sacolas; sacolinha / sacolinhas e saco plástico / sacos plásticos. Essa busca retornou 1.431 itens contendo ao menos uma das expressões, o que corresponde a 12,83% dos itens com textos falando sobre a temática das sacolinhas plásticas.



Esse conjunto de itens foi analisado e os resultados serão apresentados em conjunto com a discussão no item 4.4.2.1.1 da presente dissertação.

Na segunda nuvem de *tags* (Figura 4) é possível observar que o segundo tema mais relevante no conjunto dos dados foi referente às palavras “meio”, “ambiente”, “dia”, “hoje” e “mundial”, ou seja, relativas ao dia mundial do meio ambiente.

Realizando uma busca pelas expressões “dia mundial do meio ambiente” e “dia do meio ambiente” foram encontrados 305 itens, dos quais 193 são relativos a duas publicações do usuário @CarlosHilsdorf. Todas do dia 05 de junho de 2012.

A primeira publicação (Figura 6) apareceu 110 vezes na amostra tendo obtido 81 RTs diretos. Já a segunda publicação (Figura 7), apareceu 83 vezes e obteve 56 RTs diretos.



Sustentabilidade é garantir o presente sem inviabilizar o futuro. Hoje, 5 de Junho, é o Dia Mundial do Meio Ambiente.

Figura 6 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/CarlosHilsdorf/status/209968897657552897>>



Hoje é Dia Mundial do Meio Ambiente. Quais têm sido suas atitudes para preservá-lo? Consciência e Sustentabilidade #DiaMundialDoMeioAmbiente

Figura 7 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/CarlosHilsdorf/status/210011158600630272>>

Além dessas duas publicações também encontramos 179 itens contendo ao menos uma das seguintes expressões: “dia do meio ambiente”; “diadomeioambiente”; “dia mundial do meio ambiente”; “diamundialdomeioambiente”; “dia internacional do meio ambiente” e “diainternacionaldomeioambiente”. Entre esse conjunto de 179 itens havia grande heterogeneidade de emprego das expressões.

Destaca-se ainda na nuvem analisada (Figura 5 – página 87) uma publicação do dia 26 de janeiro de 2012, do usuário @bomdiaporque que apareceu 346 vezes no *corpus*, e refere-se à seguinte postagem (Figura 8) que obteve 335 RTs diretos:



Sustentabilidade à parte: esse papo de pagar o saco plástico no supermercado não faz você se sentir meio otário?

Figura 8 – Imagem do item coletada dia 25/01/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/bomdiaporque/status/162552480671072256>>

Podemos então perceber que entre os três itens mais *retweetados* estão duas postagens relativas à temática das sacolas plásticas, ambas publicadas em janeiro. As duas publicações serão comentadas na discussão, no item 4.4.2.1.1.

Para as palavras menores foram buscadas mensagens que se configurassem como temas de ocasião e detectamos uma grande heterogeneidade nos conteúdos, o que sugere que começaram a aparecer as expressões recorrentes, isto é, palavras associadas ao uso da palavra sustentabilidade, que aparecem em diversos contextos não estando relacionadas a uma publicação específica muito *retweetada* em uma determinada ocasião.

Realizou-se uma busca pelos termos “rio” e “20” e foram encontrados 408 aparições para a expressão rio+20 (rio + 20; rio+20; rio +20; rio+ 20), porém de grande heterogeneidade.

Consideramos dentro deste contexto que só nos interessavam as mensagens com um mínimo de 100 *retweets* e para os termos “meio”; “ambiente”; “dia”; “hoje”; “ambiental”; “ser”; “sem”; “mundo”; “vai”; “educação”; “rio+20”; “fazer”; “trabalho” e “juventuderieo20” não foi possível identificar nenhuma publicação com esse número mínimo, tratando-se de diversas publicações com emprego diferenciado dos termos ou itens com cerca de 20 a 40 *retweets*.

Ao buscar o termo “livro” foram encontrados 278 itens dentre os quais se destacou uma publicação do usuário @juriseconcursos do dia 05 junho de 2012, que apareceu 117 vezes. Esse usuário realizou 11 postagens da mesma mensagem entre os dias 05 e 09 de junho de 2012 e obteve 88 RTs diretos.

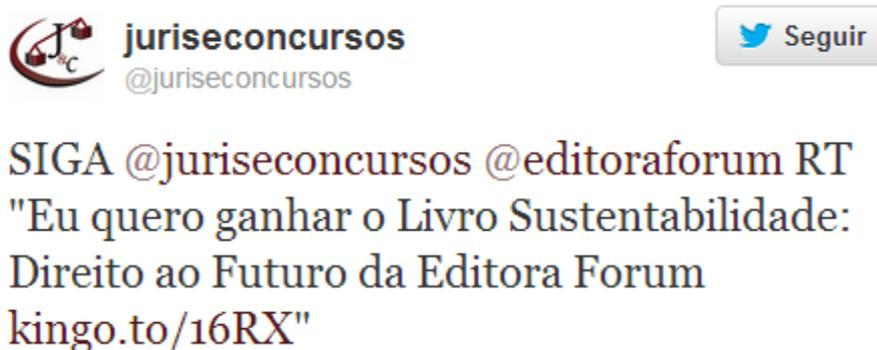


Figura 9 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/juriseconcursos/status/210017135114731521>>

Ao buscar a expressão @silva\_marina (nome de usuário de Marina Silva no *Twitter*) encontramos 214 itens, dos quais, 129 referentes à seguinte publicação do dia 23 de janeiro de 2012. O usuário @silva\_marina obteve 122 RTs diretos de sua publicação.

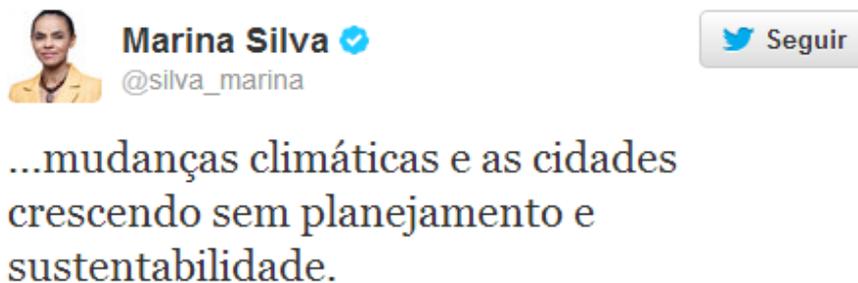


Figura 10 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <[https://twitter.com/silva\\_marina/status/161618549083877376](https://twitter.com/silva_marina/status/161618549083877376)>

O início da frase com reticências indica tratar-se de continuação de outra publicação, e ao buscar a postagem inicial localizamos a seguinte publicação (Figura 11):



Figura 11 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <<https://twitter.com/search?q=surfando%20me%20lembrou%20das%20brincadeiras%20da%20inf%C3%A2ncia%2C%20t%C3%A3o%20gostosas%20em%20dia%20de%20chuva&src=typd>>

Marina está fazendo referência a uma foto (figura 12) publicada pelo ator Ashton Kutcher, cujo perfil no *Twitter* é @aplusk, a foto estava acompanhada da frase: "*Surfing the streets of Sao Paulo*"<sup>26</sup>.



Figura 12 - Imagem capturada em 10/09/2013. Disponível em: <<http://images.redetv.com.br/siteredetv/grupos/programas/redetvientretenimento/noticias/images/grandes/319599.jpg>>

<sup>26</sup> Em português: Surfando nas ruas de São Paulo

O usuário @silva\_marina apareceu como ator influente tanto nos resultados do estudo piloto quanto neste estudo no *Twitter*. Marina Silva, de certa forma, se apresenta como uma porta voz do ambientalismo nacional. A foto publicada pelo ator Ashton Kutcher, uma celebridade internacional, foi utilizada por Marina para levar a uma reflexão sobre o planejamento urbano e as inundações cada vez mais frequentes na cidade de São Paulo.

#### 4.3.1.2 Termos recorrentes

Para realizar a análise dos termos recorrentes foram removidos os itens relativos aos temas de ocasião, que possuíam grande expressividade no banco de dados. Assim, foram removidas as palavras “sustentabilidade”, “RT” e “sobre”, como já discutido anteriormente e também os itens contendo as seguintes expressões:

- "*eu paro de usar sacolinha*" – removidos 805 itens.
- "*sustentabilidade é garantir o presente*" – removidos 110 itens.
- "*sido suas atitudes*" – removidos 83 itens.
- "*você se sentir meio otário*" – removidos 346 itens.
- "*mudanças climáticas e as cidades crescendo*" – removidos 129 itens.
- "*eu quero ganhar o livro sustentabilidade*" – removidos 117 itens.
- Itens contendo os termos: “sacola”; “sacolas”; “sacolinha”; “sacolinhas”; “saco plástico” e “sacos plásticos” – removidos 280 itens.
- Itens contendo os termos: “rio + 20”; “rio+20”; “rio +20” e “rio+ 20” – removidos 408 itens.
- Itens contendo os termos: “dia do meio ambiente”; “diadomeioambiente”; “dia mundial do meio ambiente”; “diamundialdomeioambiente”; “dia internacional do meio ambiente” e “diainternacionaldomeioambiente” – removidos 179 itens.





**AsMinaaPira**

*“na balada é area vip com as melhores bebidas: ráh, as mina pira brasilia”*



**CarlosHilsdorf**

*“Considerado um dos melhores palestrantes do Brasil. Economista, pós graduado em Marketing pela FGV. Administração, Carreira, Empreendedorismo, Motivação. Brazil · carloshilsdorf.com.br”*



**bomdiaporque**

*“Bom Dia Por quê?  
@bomdiaporque Você era infeliz e não sabia.  
formspring.me/bomdiaporque”*



**silva\_marina**

*“Sou professora de História. Fui candidata à Presidência da República pelo PV em 2010, ministra do Meio Ambiente (2003-2008) e senadora pelo Acre, (1995-2011).  
Brasil · minhamarina.org.br”*



**juriseconcursos**

*“Um site feito especialmente para o concurseiro guerreiro e incansável, que se empenha arduamente na preparação para os concursos públicos.  
jurisprudenciaeconcursos.com.br”*

#### 4.3.2.1 Número de seguidores e influência dos atores-chave

Foi realizada também uma categorização com relação ao número de seguidores de cada um desses atores, a escala utilizada encontra-se na Tabela 1 (página 67).

Já a influência foi calculada levando se em consideração a capacidade do usuário em gerar ações na rede social e a fórmula utilizada encontra-se logo após a Tabela1.

Tabela 4 – Número de seguidores e influência dos atores-chave identificados no Estudo no Twitter

Perfil	Nº de Seguidores	Classe	Influência Calculada
bomdiaporque	253837	A	335
silva_marina	81701	B	122
AsMinaaPira	49892	B	665
CarlosHildorf	32026	B	69,5 *
juriseconcursos	8782	C	8

\* média da influência calculada para cada uma das duas publicações de @CarlosHildorf.

#### 4.4 Discussão do Estudo no *Twitter*

##### 4.4.1 Discussão sobre os atores-chave

Dois dos atores chave correspondem a perfis humorísticos. Os dois usuários postaram uma única vez cada mensagem, demonstrando sua enorme influência (ver gráfico 3), mais uma vez corroborando a ideia de que influência não necessariamente tem relação direta com o número de seguidores, já que o usuário @AsMinaaPira obteve o dobro de RT's que o usuário @bomdiaporque, mesmo este último possuindo cinco vezes mais seguidores que o primeiro.

#### Relação entre Influência e Nº de Seguidores

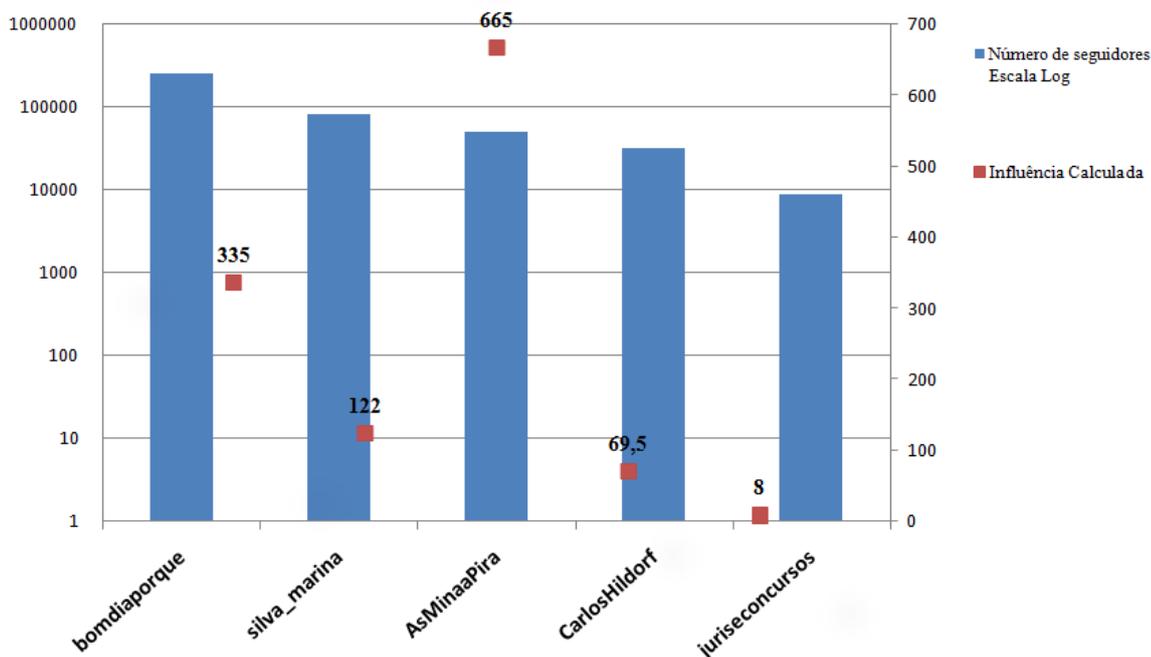


Gráfico 3 - Relação entre a influência e o número de seguidores dos atores-chave.

O fato de dois dos itens mais relevantes da presente pesquisa possuírem caráter humorístico é condizente com a literatura, e aqui citamos o trabalho de Valiati (2012) que na busca por conteúdos relevantes e usuários influentes no *Twitter* afirma:

Em geral, podemos notar que os tweets mais relevantes têm papel humorístico e foram criados por usuários relacionados a esse gênero (...) Esses tweets alcançam um grande número de retweets, o que explica a identificação dos mesmo como relevantes (VALIATI *et al*, 2012, p. 10).

No estudo citado, os autores (VALIATI *et al*, 2012) pesquisando os *tweets* mais relevantes com o tema carros, também identificaram o usuário AsMinaaPira como autor de um dos *tweets* na lista dos mais relevantes de sua pesquisa, essa correspondência pode indicar que a metodologia empregada de análise das nuvens de *tags* foi eficiente para avaliar os itens mais relevantes relativos ao tema da sustentabilidade.

Outra observação interessante é que os valores de influência calculados para os atores foram muito mais altos do que aqueles observado no estudo piloto. Acreditamos que pode ser consequência do tipo de conteúdo em questão, já que no estudo piloto trabalhou-se com publicações de caráter noticioso ou informativo, enquanto nessa segunda etapa observamos publicações com caráter opinativo. Assim, ainda como pontuado por Valiati (2012), acreditamos que a identificação gerada por esses conteúdos aumenta sua capacidade de proliferação na rede.

O usuário @silva\_marina realmente se configurou como personalidade muito influente quando o assunto é sustentabilidade, e apareceu novamente na lista dos atores influentes.

O ator @CarlosHilsdorf é um palestrante muito conhecido, trabalha na área de administração de empresas e com motivação pessoal, e é muito ativo no *Twitter*.

A presença do usuário @juriseconcursos se deve ao fato de ter lançado uma promoção que exigia o *retweet* como forma de participar do sorteio de um livro, assim por ter obtido uma quantidade expressiva de RT's esse usuário figura na lista dos usuários mais influentes, no entanto foi o único usuário que fez o esforço de publicar diversas vezes a mesma mensagem para obter a divulgação da promoção, e sua influência é a mais baixa desse conjunto de usuários, estando bastante aquém dos outros participantes do grupo neste quesito. Existe também uma correlação interessante entre o valor de influência calculada para este usuário, que foi 8 e o usuário @UVVES do estudo piloto, que também publicou uma promoção e cuja influência calculada foi 7.

Observamos ainda uma maior concentração destes cinco usuários nos primeiros

estratos quanto ao número de seguidores o que indica que embora a relação entre influência e número de seguidores não seja necessariamente direta, ela existe. Essa concentração confirma também a observação realizada no estudo piloto, de que embora todos tenham a possibilidade de se expressar, alguns poucos são mais ouvidos que a maioria.

## **4.4.2 Discussão sobre a agenda pública**

### **4.4.2.1 Temas de ocasião**

#### **4.4.2.1.1 Sacolas plásticas**

No início de 2012 um acordo entre a APAS – Associação Paulista de Supermercados – e o Governo do Estado de São Paulo determinou que os supermercados deixassem de oferecer gratuitamente aos consumidores as sacolas plásticas descartáveis. Esse acordo entrou em vigor no dia 25 de janeiro de 2012.

A coleta dos dados no mês de janeiro se deu entre os dias 23 e 29, de forma que toda a polêmica ao redor do tema era muito recente, e ficaram evidentes no material coletado o envolvimento da população na discussão e os posicionamentos da sociedade ao redor da questão.

A polêmica gerada se concentrou no mês de janeiro de 2012, porém apenas no mês de junho uma decisão judicial, obrigou o retorno da distribuição gratuita das sacolinhas plásticas pelos supermercados.

No conjunto dos dados coletados entre janeiro e julho de 2012 a mensagem mais replicada foi<sup>27</sup>: “@AsMinaaPira: mina por vc eu paro de usar sacolinha de supermercado, as mina pira na sustentabilidade” (ver figura 4 – página 86) aparecendo 805 vezes no período estudado. A expressão "mina" é uma abreviação da palavra menina e "pirar", do verbo pirar, significa enlouquecer. Trata-se de uma gíria que significa, em geral, que “as meninas gostam muito” ou “as mulheres adoram”.

Trata-se de uma publicação do usuário @AsMinaaPira. Esse usuário realiza diversas publicações de um tipo de humor que satiriza situações de “cantadas”.

Alex Castro (2012), em um artigo que discute a questão do humor afirma: “para o humor poder existir, são necessários uma série de pressupostos culturais coletivos,

---

<sup>27</sup> Todos os exemplos apresentados foram transcritos da forma como aparecem na base de dados.

compartilhados pelo humorista e seu público” (CASTRO, 2012, não paginado), esses pressupostos em geral são estereótipos, conceitos cristalizados no senso comum, e funcionam como chaves para decodificar as piadas.

No caso em análise, o usuário @AsMinaaPira parte de um senso comum, dos valores que agradam ou interessam às mulheres em geral. Os estereótipos acionados pela personagem são baseados em afirmações genéricas do tipo “mulher gosta de dinheiro, carro, *status* social...”, e mais frequentemente “mulher gosta de declarações de amor exageradas” partindo do pressuposto que “toda mulher é romântica”.

Segue quadro com alguns exemplos de publicações do usuário @asminaaPira:

Tabela 5 - Exemplos de publicações do usuário @AsMinaaPira para caracterizar sua forma de atuação

<b>Valores</b>	<b>Conteúdo</b>	<b>Retweets</b>	<b>Permalink</b>
Romantismo	"bunda ou peito?" "coração":..... as mina pira na ilusão.	2372	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/164186551729930241">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/164186551729930241</a>
Romantismo	"bunda ou peito?" "coração":..... as mina pira na ilusão	1014	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/169474675582320640">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/169474675582320640</a>
Romantismo	CHEGA NA GATA E DIZ "SE ALGUEM TE AMA MAIS DO QUE EU, EU FUI CLONADO" AS MINA PIRA NA GENÉTICA	1711	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/164364842201915392">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/164364842201915392</a>
Romantismo	manda msg de madrugada dizendo que ta com saudade :..... as mina pira nu romance	1176	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/165146581576851456">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/165146581576851456</a>
Ecologia	"gata economize água vem, tomar banho comigo":.....as mina pira d+ na ecologia	912	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/168157225142063104">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/168157225142063104</a>
Carro	"gata vamo sair esto te esperando na garage com meu hotwheels" vish as mina pira fica até sem ar	628	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/163793640613883904">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/163793640613883904</a>
Dinheiro	GATA, VOU TE SATISFAZER COM 5CM:::: as mina pira no cartão de crédito sem limites	574	<a href="https://twitter.com/AsMinaaPira/status/175316534284128256">https://twitter.com/AsMinaaPira/status/175316534284128256</a>

O estereótipo da mulher romântica e ingênua demonstra seu poder de persuasão junto ao público (se comparado aos demais utilizados pelo usuário @AsMinaaPira) quando observamos dentre alguns exemplos colhidos de publicações do mesmo autor uma frase que afirma “as mina pira na ilusão” como sendo uma das publicações com mais *retweets* deste usuário. Tendo sido postada apenas duas vezes, uma em janeiro de 2012 e recebendo mais de

dois mil RTs, e a outra em fevereiro do mesmo ano quando alcançou mais de mil *retweets*.

Para o linguista norte americano Victor Raskin, autor do livro *Semantic Script Theory of Verbal Humor*, “há duas importantes premissas para o efeito de humor: o texto ser compatível com duas proposições que se opõem e que sejam percebidas como opostas em determinado contexto” (apud MAGALHÃES, 2008, p. 4).

Para Castro (2012) “em teoria, o humor é simples: você cria uma expectativa, e depois a subverte” (CASTRO, 2012, não paginado). Isto é, como descreve Raskin, existem três fases para a construção do humor verbal: “um script é ativado; a informação que é incompatível com esse script é ativada gerando ambigüidade; a ambigüidade é desfeita” (RASKIN, 1985 apud MAGALHÃES, 2008).

Assim, aplicando estas três fases ao texto em análise temos: (a) *mina por vc eu (b) paro de usar sacolinha de supermercado (c) as mina pira na sustentabilidade*.

O *script* dos estereótipos do romantismo é ativado com (a). Espera-se uma declaração de amor através da proposição de um grande sacrifício ou da realização de um grande feito em nome da amada. Então uma informação incompatível com o *script* inicial é ativada com (b) por se tratar de uma proposição aquém das expectativas, afinal a ação não aparenta se tratar de um grande feito. Por fim a ambigüidade é desfeita ao considerar-se que deixar de usar a sacolinha de supermercado pode sim tratar-se de um grande feito, já que a abolição das sacolinhas não está sendo socialmente aceita; já que aparentemente as pessoas em geral não estão dispostas a parar de usar a sacolinha de supermercado. Tanto que uma decisão judicial veio reverter a medida. Apresenta-se então a conclusão (c) onde insere-se na escala de valores que agradam as mulheres o conceito de sustentabilidade.

A frase em si é jocosa posto que assenta-se sobre o estereótipo de que as mulheres gostam de declarações de amor “irreais” ou “exageradas” e ao mesmo tempo ridiculariza toda a revolta da população ao redor da temática das sacolas plásticas na época.

Atribui-se a Thomas Veatch (1998), também linguista norte americano e estudioso do humor alguns avanços na teoria de Raskin. Veatch (1998) ao discutir as condições necessárias à construção do humor, propõe a fórmula N + V + S. Isto é “humor occurs when it seems that things are normal (N) while at the same time something seems wrong (V). Or, in an only apparent paradox, Humor is (emotional) pain (V) that does not hurt (N)”<sup>28</sup> (VEATCH, 1998, 164).

<sup>28</sup> O humor ocorre quando parece que as coisas estão normais (N) e, ao mesmo tempo, algo parece errado (V). Ou, num paradoxo apenas aparente, o humor é dor (emocional) (V), que não dói (N).

Nesta fórmula (N) seria a percepção de uma situação enquanto normalidade (ou o *script* um da teoria de Raskin); (V) a percepção de uma violação (benigna) daquela normalidade (ou a informação incompatível proposta por Raskin) e (S) a simultaneidade nas duas percepções (a ambiguidade desfeita de Raskin ao se sobrepor as duas percepções simultaneamente).

Como observa Magalhães (2008), é possível que a violação não fique óbvia para todos, isto é “perceber o humor está atrelado à percepção da violação, sendo isso sempre dependente das diferentes crenças ou compromissos em relação aos pontos de vista em jogo (...) se o ouvinte tiver uma relação muito profunda com o princípio violado, talvez lhe seja impossível interpretar N e V ao mesmo tempo, porque a violação é tão intensa que ela supera a normalidade (MAGALHÃES, 2008, p.8). Por isso a necessidade de que seja uma violação benigna, isto é, não demasiadamente agressiva.

Considerando a publicação de @AsMinaaPira sob a ótica de Veatch (1998) temos que a normalidade pressuposta pela piada é o interesse feminino em provas de amor extremadas acionada pelo gatilho (a), a violação à norma é a apresentação de uma “banalidade” como prova de amor (b) e a simultaneidade na percepção da normalidade e da violação torna a proposição plausível e cômica ao propiciar uma dupla leitura: por um lado a subversão da expectativa ao apresentar um ato banal como sendo um grande feito; por outro lado transformando em um grande feito um ato aparentemente banal. Afinal, “as mina pira na sustentabilidade”.

Em ambas as abordagens fica clara a valorização do conceito de sustentabilidade ao ser promovido a valor social relevante, ainda que de forma jocosa. Citelli (1995) no livro *Linguagem e Persuasão* afirma que o aumento de prestígio social junto às mulheres é característico do discurso persuasivo, e em especial do discurso publicitário. Este último se utiliza como esquema básico do uso de estereótipos para obter o convencimento dos receptores, já que "a grande característica do estereótipo é que ele impede qualquer questionamento acerca do que está sendo enunciado, visto ser algo de domínio público, uma 'verdade' consagrada" (CITELLI, 1995, p. 47).

E ainda, resta a reflexão de Marshal McLuhan em uma Conferência televisionada pela ABC TV em 27 de junho de 1977, na qual o autor afirma que “o humor é sempre o registro de uma queixa. O homem engraçado é sempre o homem com uma insatisfação”<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=fvRMpS-aGLE>>. Acessado em: 12 ago. 2013.

Já a segunda mensagem mais *retweetada* no conjunto dos dados, com 346 aparições no período da coleta foi (ver figura 8): “@bomdiaporque: *Sustentabilidade à parte: esse papo de pagar o saco plástico no supermercado não faz você se sentir meio otário?*”.

Essa frase coloca em segundo plano a questão da sustentabilidade, como se esta fosse uma palavra sagrada, valor estabelecido e que não deve ser questionado. A frase demonstra também que o foco da discussão se encontrava no fato de que os supermercados estavam vendendo as sacolas plásticas ao invés de distribuí-las gratuitamente. Esse mesmo deslocamento na discussão pôde ser identificado quando foi feita a busca pelos termos “sacola”; “sacolas”; “sacolinha”; “sacolinhas”; “saco plástico” e “sacos plásticos”. Foram encontrados 1.431 itens contendo ao menos uma das expressões, o que corresponde a 12,83 % dos itens do *corpus* com textos falando sobre as sacolinhas plásticas.

No conjunto das 1.431 mensagens relativas ao tema das sacolas plásticas identificamos 1.164 itens correspondentes às duas frases que já haviam sido identificadas nas nuvens de *tags* como temas de ocasião, sendo 816 relativas à publicação do usuário @AsMinaaPira e 348 à publicação do usuário @bomdiaporque. A variação numérica ocorreu pois encontramos 11 variantes para a primeira publicação e duas para a segunda; essas variações se tratam de frases publicadas com erros de ortografia e que por conta disso escaparam à filtragem automática.

Excluindo os itens que reproduziram as duas publicações mais repetidas procedemos à análise de 267 mensagens restantes a respeito da temática das sacolas plásticas. Foi possível observar que se tratavam de mensagens de caráter opinativo e foram classificadas em três grupos.

O primeiro grupo foi o das mensagens que se posicionaram a favor da decisão que retirava de circulação as sacolas plásticas distribuídas gratuitamente, contando com 92 itens, como por exemplo: "*Totalmente de acordo com o fim das sacolinhas plásticas no supermercado! #sustentabilidade*".

O segundo grupo foi o das mensagens que se posicionaram contra a decisão, contando com 137 itens, dentre as quais podemos exemplificar: “*Este cara de sustentabilidade é um chato!!!! Quero sacola e fim de papo!*”.

E por fim um terceiro grupo, no qual se incluíram os itens considerados neutros, que não assumiram nenhuma posição quanto ao acordo, e foi composto por 38 itens, em geral se tratando de notícias ou informações neutras, como por exemplo: “*#Sustentabilidade: Supermercados de SP param de fornecer sacolas plásticas hoje.*”.

Tabela 6 - Classificação dos itens selecionados quanto ao acordo entre a APAS e o gov. do Estado de SP

	<b>Nº de itens</b>	<b>Itens na amostra (%)</b>
<b>Contra o acordo</b>	137	51,31
<b>A favor do acordo</b>	92	34,46
<b>Neutro</b>	38	14,23
<b>Total</b>	267	100,00

No grupo das mensagens a favor, aparecem, no entanto, 28 repetições da frase: *“finalmente as sacolas plásticas serão banidas. não aguentava mais passar vergonha no mercado por não conseguir abri-las. #sustentabilidade”*. Embora se trate de colocação favorável à decisão não deixa de estar carregada de certa ironia, mais uma vez ressaltando o predomínio do humor entre as publicações mais evidentes.

Foi realizada ainda uma segunda classificação, referente ao conteúdo das mensagens, e nesta segunda classificação observamos que 95 (35,58% em 267) itens faziam referência direta à cobrança das sacolas.

Observou-se também que 35 mensagens possuíam caráter humorístico, que 27 mensagens apresentavam um posicionamento crítico, aprofundando a discussão ou indicando soluções para a questão, e sete mensagens usaram expressões fortes ou agressivas como “ecofacismo” ou “maldita sustentabilidade”.

Uma pesquisa realizada pelo DataFolha, nos dias 2 e 3 de maio de 2012 revela que 69% dos paulistanos queriam a volta da distribuição das sacolas plásticas nos supermercados. Em notícia de jornal consta ainda que a percepção da população na época era de que o acordo entre a APAS e o Governo do Estado de SP representava “uma desvantagem para o consumidor, ganhos econômicos para os supermercados e nenhuma vantagem ambiental” (LEI, 2012, não paginado).

Os ambientalistas defendem que a problemática da sacola plástica é apenas uma ponta do enorme *iceberg* da questão de gestão de resíduos, e de toda a problemática ambiental gerada pelo uso crescente de embalagens, principalmente as plásticas, que utilizamos e descartamos, e cuja produção, consumo e destino final precisam ser repensados e reconduzidos.

Para além da discussão dos males *versus* benefícios do uso da sacola plástica, ficou evidente um movimento dialógico ao redor da questão. De um lado um grupo defendendo a medida (34%), e se expressando através de frases como: *“como é engraçado as pessoas falam*

*de sustentabilidade mas não quer deixar as mordomias de lado ao é fácil jogar culpa nas sacolas plásticas*”; neste exemplo fica claro que para apoiar a decisão a população precisa estar disposta a mudar hábitos, e a frase ainda qualifica a utilização das sacolinhas como mordomia, isto é, conforto exagerado ou desnecessário.

Outros exemplos de frases defendendo a medida são:

*“Fazer compras no novo ritmo. Sem sufocar o Planeta #sustentabilidade Fim das sacolas plásticas”*

*"Todo mundo usando caixas de papelão e sacolas retornáveis... O meio ambiente agradece!!! #Sustentabilidade"*

*“Enfim aboliram as sacolas plásticas dos Supermercados. A palavra é #Sustentabilidade . @GreenpeaceBR #fsm2012”*

*“Foda-se as sacolinhas de plasticos, #Sustentabilidade é o que há”*

*“A questão das sacolinhas plásticas é, acima de tudo, uma questão ÉTICA . #sustentabilidade”*

Embora 51% dos usuários tenha se posicionado contra o acordo entre a APAS e o Governo do Estado de SP, apenas 10% dos usuários apresentou um posicionamento crítico, questionando a validade ambiental da medida, como em: *“Em relação a #sustentabilidade o fato é q quase tds as sacolinhas são re-utilizadas pelo consumidor como sacos de lixo, ou seja, da na mesma”*.

Esta opinião é corroborada pela pesquisa do DataFolha (LEI, 2012), que mostrava que 88% dos usuários de sacolas plásticas afirmaram que costumam reutilizar essas embalagens.

Outras formas de posicionamento crítico encontradas foram os usuários que demonstraram que a preocupação com o meio ambiente deveria ter foco em outras questões, como na publicação: *“O problema ambiental no Brasil passa longe das sacolinhas... Sustentabilidade ambiental não é isso!”*; ou ainda ao questionar as motivações para o acordo, como em: *"E mais uma coisa: se a preocupação fosse , REALMENTE , com a sustentabilidade , essas sacolas seriam disponibilizadas gratuitamente ;)"*.

Mas ao invés de observarmos uma discussão preocupada com a questão dos resíduos e sua redução, a decisão de retirar as sacolas descartáveis de circulação acirrou uma revolta da população contra os supermercados. Os usuários de posicionamento crítico ainda uniram as duas preocupações, ao questionar a excessiva utilização de embalagens plásticas, em especial as garrafas PET: *“Qdo tem enchente só se ve garrafa pet, e elas estao aí nos mercados livres. AGORA VENDER SACOLINHA PODE NÉ!? #sustentabilidade é o CARALHO!”*. E também apelando para a definição conceitual de sustentabilidade para criticar o acordo: *“Será quem*

*inventou isso de promover a sustentabilidade com as SACOLINHAS, sabe na INTEGRA o CONCEITO desta PALAVRA? Acho que NÃO (0.19)*”.

Porém ficou evidente que houve um deslocamento na discussão, a grande maioria dos usuários estava preocupado com o fato de as sacolas deixarem de ser distribuídas gratuitamente e passarem a ser vendidas (35,6%). Esse posicionamento pode ser observado nos seguintes exemplos:

*“Sustentabilidade, que sai do MEU bolso e enriquece quem já tem muito \$\$\$? Ah sim... alguma empresa de algum político faz sacolinhas, CLARO!”*

*“O discurso hipócrita da sustentabilidade com as sacolinhas de mercado, só se sustenta se for na questão do lucro, quem manda é o Deus mercado.”*

*“Mercados ã fornecerão + sacolas em prol d sustentabilidade, em contrapartida gastaremos + c/saco d lixo por ã ter d mercado, ã da na mesma?!”*

*“Sustentabilidade ou puro interesse de economia? Mercados param de fornecer sacolas, mas eu posso comprá-las... como assim? #PalhacadaSP”*

*“@josuenunes @buiux se é pela sustentabilidade: tá tudo errado. Não vão sumir com as sacolas, irão VENDÊ-LAS! Pq não vendem só eco bag? ”*

*“@CancerJack lembrando que alguns Supermercados vão vender as mesmas sacolinhas plásticas a R\$ 0,19. Colocaram preço na sustentabilidade.”*

*“agora eu tenho q pagar 20cents pra poluir com sustentabilidade !! #SimSacolinha”*

Alguns poucos usuários mais exaltados chegaram ao extremo de utilizar expressões como *ecochatos* ou mesmo *ecofacismo* ao se referir ao assunto, como em:

*“Gargalhando até agora: o Fantástico apresentou um especialista em sustentabilidade ensinando como lavar as sacolinhas do ecofascimo.”*

*“POP! Esqueci a minha sacola e tive que voltar pra poder fazer compras. Maldita sustentabilidade!”*

*“Sustentabilidade q irrita...Sacola plástica? Troca por ecobag!Fralda descartável? Bota de pano!E a camisinha? Troca por tripa de porco?”*

*“@rodrigokamargo @hfurquim existe a sacola biodegradável, lei impeditiva de cunho conservador, serve para bajar tarados da sustentabilidade”*

Entre os itens considerados neutros (14%) se inserem frases como *“Não sei se apoio essa mudança do fim das sacolas de plástico, é sustentabilidade, mas é difícil a população se conscientizar!”* ou citações do tema mas sem posição declarada *“Trabalhando com os alunos do 2ºano B o tema sustentabilidade focando o assunto das sacolas plásticas.”* e também notícias e informações neutras, como *"Reportagem do @JHoje sobre as sacolas retornáveis foi o que faltava pra completar o trabalho sobre sustentabilidade que apresentarei amanhã. "*

Assim, considerando tanto as duas mensagens muito *retweetadas* quanto os itens

opinativos analisados observamos uma certa falta de compromisso com a causa ambiental por parte dos atores presentes na amostra analisada, com forte presença da ironia em posicionamentos favoráveis e contrários ao acordo, denotando cautela para exposição de opinião deliberada nesse espaço público. Os discursos mais replicados defendem a adesão a um comportamento mais sustentável como que apenas para ganhar a simpatia “das meninas” ou para “não passar mais vergonha” e não para contribuir, de fato, com os ideais da sustentabilidade.

A questão central do conflito pôde ser observada em diversas mensagens, que explicitaram a compreensão da população sobre a proibição da distribuição das sacolas plásticas pelos supermercados e que se aproxima dos resultados obtidos pela pesquisa do DataFolha realizada em maio de 2012 (LEI, 2012).

A maioria das pessoas entendeu que a medida não se tratava de mudar a forma de carregar as compras para gerar benefício ao meio ambiente, mas sim uma redução nos custos operacionais dos supermercados, transferindo esses custos ao consumidor, que para usar o saco plástico (ou retornável) deveria pagar por ele.

Ficou claro que a população não identificou a abolição das sacolas com a bandeira ambientalista. Mesmo sabendo dos benefícios ambientais e culturais de abandonar ou ao menos reduzir seu uso, o consumidor não está disposto a mudar sua cultura de consumo.

A decisão judicial que obrigou o retorno da distribuição gratuita das sacolinhas plásticas pelos supermercados afirmava que “a solução adotada pelos supermercados com o propósito declarado de atender a preocupação ambiental acabou por onerar excessivamente o consumidor” (SÃO PAULO, 2012, não paginado) e criticava a conduta dos supermercado que não adotaram “qualquer providência para substituir as várias embalagens de plástico que internamente utilizam (lá estão os saquinhos de plástico para separar itens vendidos a granel, como frutas, e levá-los a pesar)” (ibidem.).

A juíza redatora da decisão ainda manda um recado aos varejistas quando afirma:

“O que lhes cabe fazer é substituir as embalagens poluentes que introduziram (é dado a muitos lembrar que antes das sacolas de plástico estampadas com o logo do supermercado que estes passaram a utilizar eram usados sacos de papel pardo, grosso, para a mesma finalidade). A solução adotada pelos requeridos me parece por demais simplista, não sendo digna do compromisso ambiental que o país espera de suas grandes empresas” (ibidem.).

A decisão tomada pela justiça, além de contemplar as demandas da sociedade, se esforçou em pressionar os varejistas para que assumissem a responsabilidade pelo problema.

Acreditamos que essa tentativa de redução na utilização de embalagens plásticas descartáveis não obteve sucesso por um conjunto de fatores, dentre os quais podemos ressaltar uma campanha de educação ambiental que não atingiu a conscientização da população em relação ao tema, e a opção de substituir a distribuição gratuita das sacolas descartáveis pela venda das mesmas ao consumidor. Atualmente, a oferta de um desconto ao consumidor que recusa as sacolas plásticas tem angariado a adesão da população e iniciado uma mudança de comportamento das pessoas.

Fátima Portilho (2005) observa que houve um deslocamento da questão ambiental para a esfera do consumo, e ao analisar a relação entre a esfera privada do consumidor e a esfera pública do cidadão a autora propõe duas perspectivas.

Sob a primeira perspectiva, opera-se a redução do cidadão à condição de consumidor. A essa possibilidade Portilho (2005) se refere como *despolitização*. A autora observa que no caso brasileiro esta tendência foi reforçada posto que o crescimento econômico se baseou na racionalidade econômica, o que garantiu que essa racionalidade subjugassem o modelo político e cívico do país e com isso "(...) desenvolveu-se um conceito de cidadania distante da consciência de pertencimento em relação à coletividade e, através da valorização do consumo, foi estabelecida uma ética individual que aponta para uma sociedade tecnocrática" (PORTILHO, 2005, p. 181).

A segunda perspectiva de interpretação proposta por Portilho (2005) seria a da *politização*, e nesse caso o deslocamento da questão ambiental para a esfera do consumo seria uma "oportunidade de politização das práticas de consumo, apresentando este como uma extensão de novas práticas políticas que surgem no centro da modernidade radicalizada" (PORTILHO, 2005, p. 180) trazendo assim a questão ambiental para a agenda privada.

Aparentemente a primeira tendência se apresentou como a mais forte no caso dos itens em análise, já que apenas uma pequena parcela das mensagens foi capaz de apresentar um posicionamento crítico. A maioria dos usuários do *Twitter* que se posicionou em relação à medida o fez por sentir sua identidade de consumidor agredida pela cobrança das sacolas plásticas por parte dos varejistas.

Percebemos na análise dos dados a tendência de redução do cidadão à esfera do consumo, "(...) já que consumir torna-se sinônimo de participar da esfera pública. Em lugar do cidadão forma-se um consumidor, que aceita ser chamado de cliente e usuário e aceita ser cobrado por uma espécie de 'obrigação moral e cívica de consumir'" (PORTILHO, 2005, p. 184).

Outra observação importante é que a palavra-chave buscada foi sustentabilidade, assim todos os conteúdos analisados estão no contexto dos dois assuntos e não apenas no das sacolas plásticas.

O posicionamento da população se mostra, ainda, em consonância direta com a discussão apresentada por Gilles Lipovetsky (2005) sobre cidadania e ética na pós-modernidade, quando este afirma que a ideia de proteger a natureza pode ser entendida como uma manifestação de individualismo utilitarista, já que o objetivo desta proteção é a qualidade de vida (expressão característica do individualismo pós-moderno) e a sobrevivência da espécie humana no planeta, e não a mera exaltação de um ideal incondicional abstrato. O que considera uma moral minimalista para o cotidiano.

Segundo Lipovetsky (2005) a sociedade transfere para o Poder Público as obrigações onerosas da preservação do meio ambiente, não há sentimento de obrigação ou ética coletiva, o que se desenha é um poder tecnocrático responsável. A ética pós-moralista é o pensamento neoliberal e expressão da cultura da pós-modernidade.

Nessa linha de raciocínio, é fácil compreender porque a população se recusa a assumir a responsabilidade com relação ao problema ambiental gerado pelas sacolas plásticas. Para Lipovetsky (2005), a ecologia se converteu num fator de produção, o futuro pertence a eco-indústria, e a ética ecológica não se dirige contra a dinâmica de poder estabelecido, apenas conjuga seus objetivos com as novas demandas de responsabilidade. Em concordância também com as observações de Machado (2005), que situa o discurso oficial do ambientalismo como reformista, e donde partiu o pressuposto do presente estudo, de que este discurso oficial se alinha aos interesses neoliberais hegemônicos.

#### **4.4.2.1.2 Dia mundial do meio ambiente**

A segunda temática de ocasião que se destacou no conjunto dos dados foi referente ao dia mundial do meio ambiente, comemorado em 5 de junho. Dentro desta temática, as duas mensagens mais relevantes foram de autoria do usuário @CarlosHilsdorf, que é o perfil do economista e palestrante Carlos Hildorf.

A frase mais replicada desta temática foi "*Sustentabilidade é garantir o presente sem inviabilizar o futuro. Hoje, 5 de Junho, é o Dia Mundial do Meio Ambiente.*" e faz alusão direta ao texto do Relatório Brundtland (WCED, 1987), o que corrobora as observações de

diversos autores quanto à enorme penetração desta definição, que está alinhada ao discurso hegemônico do *mainstream* do ambientalismo internacional.

Nesse sentido, corrobora também as colocações de Michel Foucault (2008) quando este afirma que os discursos oficiais pertencem tanto às instituições dominantes, a quem obviamente interessam, mas também à sociedade, por aceitar e encorajar estes pontos de vista.

Já a segunda frase "*Hoje é Dia Mundial do Meio Ambiente. Quais têm sido suas atitudes para preservá-lo? Consciência e Sustentabilidade #DiaMundialDoMeioAmbiente*" convoca cada um a fazer a sua parte.

Alice Krieg-Planque (2010) quando levantou dois topoi relevantes que apoiam a construção da legitimidade da fórmula “desenvolvimento sustentável” se referiu exatamente a esses dois contextos, o primeiro acionando a dimensão temporal, onde a ação de hoje determina o futuro e o segundo que mobiliza a estratégia dos "ecogestos" afirmando que muitas pequenas ações produzem grandes efeitos.

Aqui então percebe-se claramente a confirmação da hipótese inicial da pesquisa, de que a maioria dos conteúdos estaria em consonância com os discursos do *mainstream* do ambientalismo.

#### **4.4.2.2 Discussão sobre os termos recorrentes**

Em uma avaliação preliminar dos resultados foi possível perceber dois níveis de conteúdos para análise. Um primeiro nível, constituído por temas de ocasião, que já foram apresentados e discutidos, e um segundo nível constituído de temas ou expressões recorrentes, associados ao emprego da palavra sustentabilidade.

Esses temas de segundo plano, sem tanta expressão aparente se revelaram ao excluirmos do conjunto de conteúdos as frases dos temas de ocasião. Na nuvem de palavras construída desta maneira fica evidente a presença de palavras como “educação”, “trabalho” e “desenvolvimento”. São termos que aparecem repetidamente em todas as coletas e não raro, no item referente a um tema de ocasião pode haver referência a um tema recorrente, e vice e versa.

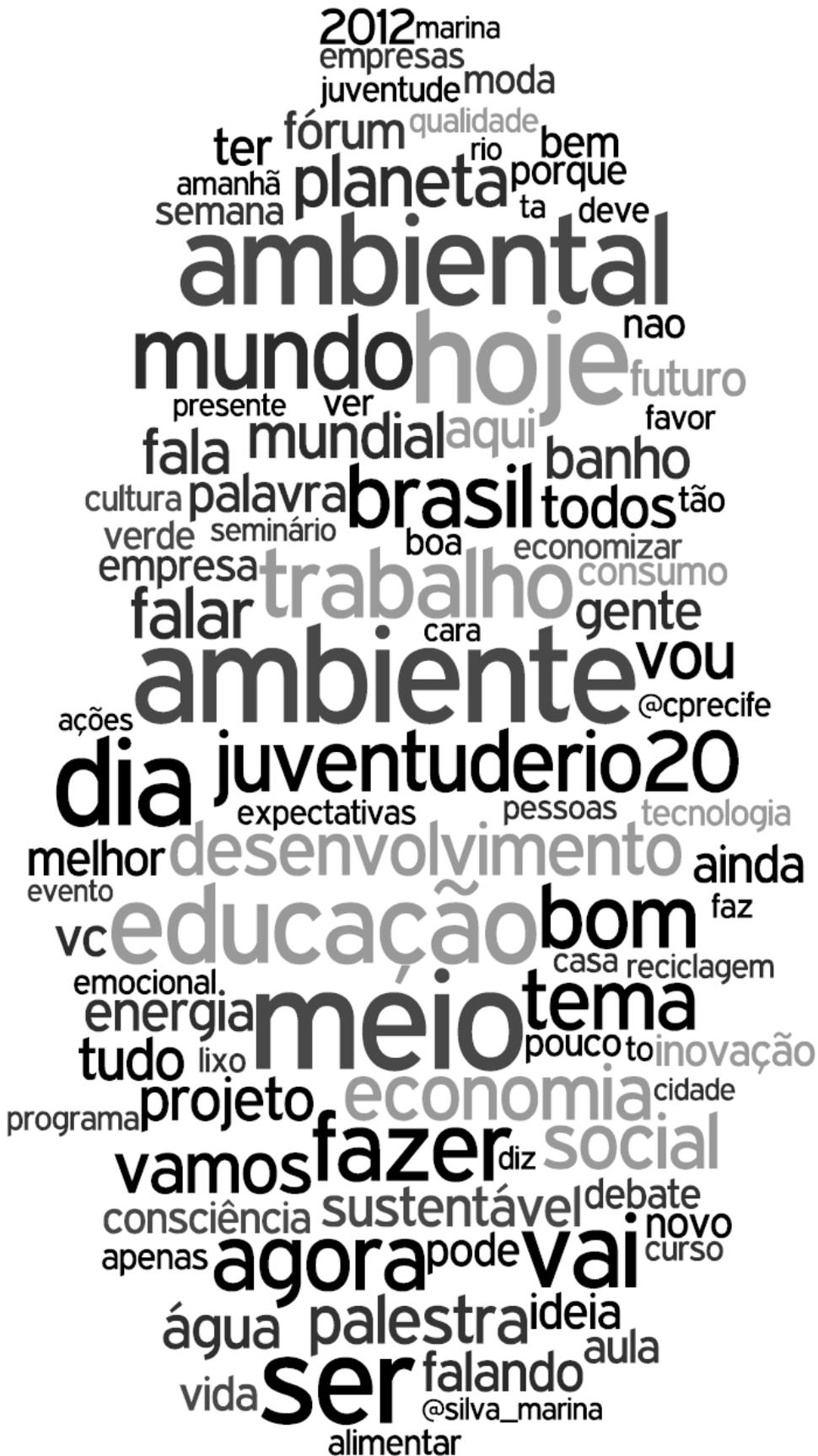


Figura 14 - Nuvem de tags dos termos recorrentes

Trata-se de uma rede de sentidos entrelaçados, com diferentes figuras em destaque, mas todas urdidas ao mesmo pano de fundo. Morin (2000) define o termo complexo como “o que está tecido junto”, ao extrair um objeto de seu contexto e de seu conjunto, impossibilita-se a apreensão do complexo.

Desse modo, após identificar as palavras em destaque na nuvem de termos recorrentes (Figura 14), foi necessário retornar ao banco de dados para buscar entre as mensagens coletadas a forma de utilização de cada uma daquelas palavras.

As vinte maiores palavras que se apresentam nesta nuvem foram pesquisadas no banco de dados e observou-se que no contexto de origem foram utilizadas de forma mais ou menos heterogênea. Segue-se a descrição caso a caso.

Aparecem em destaque as palavras “ambiente”, “ambiental”, “meio” e “sustentável”, como era de se esperar. A palavra “meio” aparece em especial na construção “meio ambiente”, porém destaca-se a publicação de @carlinhosbrown: *"Mixturação é uma parceria com @ivetesangalo, para conectar o Brasil na busca da sustentabilidade e do cuidado com o meio ambiente."* (com 39 RT's).

Carlinhos Brown é um músico baiano, cujo perfil no *Twitter* possuía na época da coleta dos dados, mais de 370 mil seguidores (atualmente, 16 meses depois, tem mais de 860 mil), e sua publicação faz referência a uma música que foi gravada em parceria com a cantora Ivete Sangalo, na ocasião da Rio + 20. A música, chamada “Mixturação” teve como intuito conscientizar e conectar as pessoas na busca pela sustentabilidade através da arte.

Um trecho da letra diz: "Tem gente que fuma e abandona a baga no chão; tem gente que joga a latinha em qualquer lugar; tem gente acumulando lixo e não quer separar (...) tá nem aí pro sol; tá nem aí pro mar; tá nem aí pra terra sustentável"

A música alerta para os atos cotidianos que precisam ser revistos em nome de um planeta mais sustentável.

Outras palavras que aparecem também em destaque na nuvem dos termos recorrentes (figura 14) são “hoje” e “dia”, pelo grande emprego da expressão “bom dia” e de publicações com frases como “hoje eu”. A palavra “ser” tem utilização muito heterogênea.

A palavra “educação” aparece especialmente na expressão “educação para a sustentabilidade”, em frases como: *"Educação para a Sustentabilidade: Um novo paradigma para o mundo! A #JuventudeRio20 apoia essa ideia!"* (35 RTs). Mas aparece também associada à educação para o consumo, como em: *"RT @jeanwyllys\_real: Fiz uma pergunta, não um julgamento. A inclusão de milhões no consumo DEVERIA ser acompanhada de*

*EDUCAÇÃO para o consumo e sustentabilidade!"* (21 RTs). Ou ainda: "RT @UNESCOBrasil: #Educação traz sustentabilidade ao #desenvolvimento. Investir na educação é a melhor maneira de sair da #crise financeira" (22 RTs).

As ideias de educação e sustentabilidade aparecem ligadas pela questão do consumo, o que reafirma as observações de Portilho (2005), para quem houve o deslocamento das preocupações ambientais para a esfera do consumo. Apenas o grupo de mensagens utilizando a *hashtag*<sup>30</sup> #juventuderio20 aponta uma educação transformadora. Tanto a @UNESCOBrasil quanto o usuário @jeanwyllys\_real parecem ter uma visão superficial de educação para a sustentabilidade, considerando que a educação tem o papel de inserir o indivíduo no mercado consumidor e ao mesmo tempo capacitá-lo para exercer o consumo de maneira sustentável.

A palavra “desenvolvimento” tem como a publicação mais *retweetada* a frase: "RT @andrelimadf: @silva\_marina recado dado. É Olímpico o desafio de consolidar a sustentabilidade como eixo estratégico do desenvolvimento aqui e alhures." (28 RTs). Essa observação do usuário @silva\_marina, aponta, embora de maneira aberta e pouco assertiva, a enorme dificuldade da coincidência entre discurso e ação acerca das questões ambientais, como já foi discutido na revisão bibliográfica do presente trabalho.

A palavra “desenvolvimento” apresenta também uma grande heterogeneidade de sentidos, desde os mais alinhados à definição do Relatório Brundtland, como por exemplo: "Sustentabilidade significa pensar o desenvolvimento como garantia de qualidade de vida para hoje e para o futuro.", substituindo a expressão “necessidades” pela expressão “qualidade de vida”. Mas também expressando visões mais críticas do conceito, como em: "Torça o nariz para desenvolvimento sustentável. Leonardo Boff inclusive diz que a verdadeira sustentabilidade é um substantivo."

Já expressão “juventuderio20” é interessante pois foi usada como *hashtag* mas também se refere a um usuário (@JuventudeRio20). A expressão aparece em 189 itens, concentrada especialmente nas seguintes publicações que totalizam 158 mensagens:

*"Educação para a Sustentabilidade: Um novo paradigma para o mundo! A #JuventudeRio20 apoia essa ideia!"* (35 RT's)

*"Como falar sobre sustentabilidade, tema tão batido, para a juventude? #JuventudeRio20"* (25 RT's)

---

<sup>30</sup> Uma *hashtag* é uma palavra ou frase precedida do símbolo #. É utilizada em redes sociais e na web em geral para marcar palavras importantes, As *hashtags* viram hiperlinks dentro da rede e são indexáveis pelos mecanismos de busca. Os usuários podem clicar nas *hashtags* ou buscá-las para ter acesso a todo o conteúdo relativo àquela palavra. As *hashtags* mais usadas no *Twitter* ficam agrupadas no menu Trending Topics, encontrado na barra lateral do *microblog*.

"Alfabetização para sustentabilidade: uma pauta que diz respeito a #JuventudeRio20" (23 RT's)

"Crise econômica, Novo Código Florestal, novas formas de sustentabilidade... A @JuventudeRio20 estará presente nos debates #JuventudeRio20" (20 RT's)

"A #JuventudeRio20 se mobiliza pra pautar sustentabilidade no presente!" (18 RT's)

"A participação das novas gerações na promoção da sustentabilidade não deve se restringir a um olhar apenas para o futuro. #JuventudeRio20" (14 RT's)

"A Arena Social também mobiliza a #JuventudeRio20 com a perspectiva social da sustentabilidade! @JuventudeRio20" (12 RT's)

"18% da população do mundo é composta por jovens! Mobilize-se para a pauta da sustentabilidade! Siga: @JuventudeRio20 #JuventudeRio20" (11 RT's)

Esses itens circularam intensamente durante o acontecimento da Rio+20 e demonstram a articulação de um grupo de jovens ao redor da questão da sustentabilidade.

A palavra “economia”, por sua vez, tem como publicação mais relevante a frase que convocava para uma manifestação em defesa do Código Florestal no dia 23 de maio de 2012: *"Porque economia forte sem sustentabilidade é só ilusão temporária! #SerenataPelasFlorestas às 18h na frente o Palácio do Planalto!"* (68 RT's). Esta é uma publicação mobilizadora, convocando à ação e, ao mesmo tempo, fazendo uma leitura crítica ao questionar o crescimento econômico às custas da biodiversidade.

E por fim a palavra “trabalho”, que aparece majoritariamente associada a trabalhos escolares, em frases como: *"Tenho um trabalho pra fazer , uma maquete sobre a sustentabilidade na escola , tem que entregar mês q vem :("*, mas também em piadas do tipo *"Eu só trabalho por causa da SUSTENTABILIDADE... se não quem iria me sustentar? #FATO"*.

Essas palavras consideradas recorrentes apareceram algumas centenas de vezes cada uma delas, tornando-se muito trabalhosa – para não dizer impossível – a análise minuciosa dos posicionamentos e opiniões para cada uma das expressões recorrentes no período determinado pelo cronograma da pesquisa, dado que esta última nuvem foi construída após um longo trabalho de sistematização, análises e filtragens sucessivas dos dados coletados. Assim apresentamos uma análise superficial de cada uma delas, e indicamos como possíveis desdobramentos da pesquisa realizada um próximo estudo, focado apenas na análise dos termos recorrentes, posto se tratarem de material tão rico e significativo para a compreensão dos discursos sociais relacionados à ideia de sustentabilidade socioambiental presentes nas redes sociais digitais.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema redes sociais, por ser um fenômeno novo e de altíssimo interesse e impacto social, vem ganhando o interesse de pesquisadores das mais diversas áreas, desde a comunicação social, especialmente aqueles ligados à área de *marketing*, até as ciências da computação, passando pela estatística e matemática, e até pesquisadores ligados à medicina, biologia, administração de empresas, ciências políticas, dentre várias outras.

Trata-se de um campo de estudos muito vasto e sem tradição metodológica no desenvolvimento de pesquisas ligadas à análise dos conteúdos disponíveis nas redes. Assim, o presente estudo buscou conhecer outras experiências de pesquisa e desenvolveu um método próprio, desenhado para que fosse capaz de responder às questões iniciais, e que fosse ao mesmo tempo confiável quanto aos resultados obtidos.

A primeira etapa da pesquisa desenvolvida, ou seja, o estudo piloto no qual realizou-se a análise das postagens contendo a palavra chave “sustentabilidade” que continham *links* para conteúdo externo ao *Twitter*, permitiu observar a predominância de atores institucionais, sobretudo dos *mainstream media*, e seu grande esforço em realizar o processo de agendamento da rede, utilizando táticas de repetição das mesmas postagens ao longo do dia.

Já na segunda etapa da pesquisa, que envolveu o estudo realizado no *Twitter*, no qual procedeu-se a análise das postagens contendo a palavra “sustentabilidade” e sem *links* para páginas externas (conteúdo proprietário), observou-se que os conteúdos eram de cunho mais opinativo. Quanto aos atores-chave observou-se predomínio de perfis de caráter humorístico, e também de atores com alto número de seguidores. Para esse segundo conjunto de dados, a influência calculada dos atores-chave superou em muito a influência dos atores-chave do estudo piloto. Possivelmente porque no estudo piloto os itens mais replicados tratavam-se de itens de caráter noticioso, enquanto na segunda etapa da pesquisa os itens possuíam caráter pessoal, propiciando uma maior identificação entre os leitores e o texto, conforme observado por Valiati et al. (2012). Observou-se também que, com exceção de um ator que publicou uma promoção, não houve nenhum esforço de agendamento por parte desses atores.

Acreditamos que a maior contribuição da pesquisa desenvolvida seja a indicação de que o estudo do conteúdo proprietário publicado no *Twitter* (mensagens sem *links*) tem potencial de desvendar as pistas e sinais acerca das opiniões e posicionamentos da sociedade sobre temas em pauta na esfera pública digital.

O método de processamento dos dados empregado, que associou técnicas qualitativas e quantitativas, conjuntamente com a seleção apenas do conteúdo sem *links*, possibilitou minimizar os impactos da colonização do mercado e das mídias de massa sobre o *Twitter*, e assim, favorecer o acesso a opiniões de pessoas, em especial quanto à questão das sacolas plásticas.

A análise dos conteúdos permitiu observar algumas correspondências entre os resultados deste trabalho e estudos e pesquisas desenvolvidas por autores de diversas áreas, como por exemplo Gilles Lipovetsky (2005), da filosofia, Valiati et al (2012) das ciências da computação, pesquisas de opinião pública, como a realizada pelo DataFolha (LEI, 2012), e estudos da cibercultura (RECUERO; ZAGO, 2011).

Do mesmo modo, no trabalho de Valiati et al. (2012) também observou-se o predomínio de perfis humorísticos entre os atores mais influentes. Em especial o usuário @AsMinaaPira, que aparece na lista dos atores mais influentes tanto na pesquisa citada como no presente trabalho.

Quanto à temática das sacolas plásticas, tanto a presente pesquisa quanto um estudo realizado pelo DataFolha concluíram que, a população estava insatisfeita com o fim da distribuição das sacolas plásticas descartáveis nos supermercados paulistas, e concluíram também que houve um deslocamento na discussão: ao invés das questões ambientais envolvidas pela medida adotada, a população estava insatisfeita com as vantagens econômicas dos varejistas e com o custo das sacolas plásticas.

Do mesmo modo que Recuero e Zago (2011), também foi possível observar que, embora exista uma correlação entre o número de seguidores e a influência de cada ator (ou seja, quanto mais seguidores maior a influência), essa relação não é necessariamente direta.

Por fim, também foi possível observar que, embora os discursos do ambientalismo de linhas mais radicais se façam presentes, ou seja que existam vozes críticas se expressando no ambiente do *Twitter* quanto à temática da sustentabilidade, essas vozes ainda são minoria, como foi também observado por Bustamante (2010). E que prevalecem os discursos alinhados à lógica do *mainstream* do ambientalismo, ligados ao pensamento neoliberal hegemônico e pouco comprometidos com transformações mais radicais, em consonância com a ética pós-moralista discutida por Lipovetsky (2005), que cultivam um discurso de responsabilização do mercado e do Estado pela atual crise ambiental, e por isso acabam sendo discursos pouco propositivos.

Ainda assim, evidencia-se o fato de que a ideia de sustentabilidade vem se

constituindo como um valor social de peso e por vezes até indiscutível. Isso significa que no plano das ideias trata-se de um conceito aparentemente já consolidado, que agora prescinde de espaços de amadurecimento e fortalecimento, para se enraizar de forma mais responsável no mundo da vida e comprometer-se com a transformação da realidade concreta em nível pessoal e coletivo.

Quanto ao método empregado pudemos observar que, embora este tenha se mostrado adequado para identificar e analisar a agenda pública referente à temática da sustentabilidade socioambiental nos ambientes das redes sociais digitais, faz-se necessário aprimorá-lo sob dois aspectos principais.

Em primeiro lugar acreditamos ser necessário focar os estudos nos conteúdos de tipo opinativo, e ainda, se possível, selecionar os conteúdos mais críticos (aqueles que questionam os valores e propõem transformações) para proceder a uma análise minuciosa destes itens, de modo a conhecer as propostas emancipatórias advindas da sociedade, em áreas como educação, desenvolvimento ou economia, por exemplo.

Em segundo lugar, é preciso analisar os atores e os conteúdos sob a ótica dos estudos de redes, utilizando-se *softwares* de construção de grafos de modo a conhecer as relações e inter-relações entre ambos, isto é, tanto entre os conteúdos quanto entre os atores.



## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições ,1977, 70p.

BERNARDO, M. Como recriar a realidade. [Entrevista a Flavio Lobo]. **Página 22**, São Paulo, n. 11, p. 18-27, ago. 2007.

BORTOLOSSI, H.J. **LPP - Estatística da letras, palavras e períodos**. 2009. Disponível em: <<http://www.uff.br/cdme/lpp/lpp-html/lpp-e-br-file.html>>. Acesso em : 05 jan. 2012.

BRITO, J.O. O uso energético da madeira. **Estud. av.**, São Paulo , v. 21, n. 59, Apr. 2007 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142007000100015&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142007000100015&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 24 ago. 2012.

BRUM, J.D. A hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. In: **Razón y Palabra Revista Eletrônica**, 35. 2003. México: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n35/jbrum.html>>. Acesso em: 02jun.2011.

BUSTAMANTE, J. Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital *in* Silveira, S. A. D. (Org.) **Cidadania e redes digitais**. (2010) São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá - Educação e Tecnologias, 2010. p. 9 - 34.

CASTRO, A. Carta aberta aos humoristas do Brasil. **Papo de Homem**. 2012. Disponível em: <<http://papodehomem.com.br/carta-aberta-aos-humoristas-do-brasil/>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

CAUSO, R. S. **Ficção científica, fantasia e horror no Brasil: 1875 a 1950**. belo horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 15-80.

CUSTÓDIO, V. Como recriar a realidade. [Entrevista a Flavio Lobo]. **Página 22**, São Paulo, n. 11, p. 18-27, ago. 2007.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698p. (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

\_\_\_\_\_, M. **O poder da identidade**. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 530p. (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, v. 2). p. 17-28; 78-87; 141-168; 417-427.

DINAMIZE. **LiveBuzz**. 2010. Disponível em: <<http://web.livebuzz.com.br/>> Acesso em : 15 ago. 2011.

DIAMOND, J. M. **Colapso: como as sociedades escolhem o fracasso ou o sucesso**.5.ed. Rio de Janeiro: Record, 2007. 38p.

DOWBOR, L. Economia da Comunicação. **Revista USP**, São Paulo, v. 55, p. 12-25, set./out./nov. 2002.

EVANS, M. **The evolution of the web: from web 1.0 to web 4.0.** 2006. Disponível em: <<http://www.cscan.org/presentations/08-11-06-MikeEvans-Web.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2013. 72p.

FEINBERG, J. **Wordle.** 2009. Disponível em: <<http://www.wordle.net/>> Acesso em : 07 ago. 2012.

FERREIRA, Leila da Costa. **Idéias para uma sociologia da questão ambiental no Brasil.** São Paulo: Annablume, 2006. 110 p.

FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica:** curso dado no Collège de France (1978-1979). Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 474p.

\_\_\_\_\_. **A ordem do Discurso.** Aula inaugural do Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 21. Ed.. São Paulo: Edições Loyola, 1996. 80p.

GADOTTI, M. **Educar para a sustentabilidade:** uma contribuição à década da educação para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 2009. 127p.

GOHN, M.G. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo.** Rio de Janeiro: Vozes, 2010. 189p.

GUILLAUME, M. A revolução comutativa. In: PARENTE, A. (Org.). **Tramas da rede.** Porto Alegre: Sulina, 2004. p 142 – 160.

JACOBI, P. Meio ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas. **RAP – Revista Brasileira de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 34, n. 6, p. 131-158, 2000.

\_\_\_\_\_. Movimento ambientalista no Brasil. Representação social e complexidade das articulações de práticas coletivas. In: RIBEIRO, W. (Org.) Publicado em Patrimônio Ambiental – EDUSP – 2003. Disponível em: <[http://www.cpd1.ufmt.br/gpea/pub/jacobi\\_movimento%20ambientalista-brasil-edusp.pdf](http://www.cpd1.ufmt.br/gpea/pub/jacobi_movimento%20ambientalista-brasil-edusp.pdf)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

JUIZ condena dois jovens ingleses por “incitarem” protestos do Facebook. **G1.** 16 ago. 2011. Disponível em: < <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/08/juiz-condena-dois-jovens-ingleses-por-incitarem-protestos-do-facebook.html> >. Acesso em: 20 ago. 2011.

KRIEG-PLANQUE, A. **A fórmula “desenvolvimento sustentável”:** um operador de neutralização de conflitos. 2010. Disponível em: <[http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao19/artigos/artigo\\_001.pdf](http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao19/artigos/artigo_001.pdf)> Acesso em: 10/06/2013. 25p.

LÁSLÓ, E. Uma evolução a sustentar. [Entrevista a Flavia Pardini]. **Página 22**, São Paulo, n. 11, p. 12-17, ago. 2007.

LEI obriga mercados a darem sacolinhas. **Cotiatododia on-line**. São Paulo, 23 mai. 2012.  
Disponível em:

<[http://www.cotiatododia.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3903:projeto-de-lei-obriga-mercados-a-distribuirem-sacolinhas&catid=293:cotia&Itemid=544](http://www.cotiatododia.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3903:projeto-de-lei-obriga-mercados-a-distribuirem-sacolinhas&catid=293:cotia&Itemid=544)>.

Acesso em: 10 ago. 2013.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 272p.

LIPOVETSKY, G. A renovação ética. In: \_\_\_\_\_ **A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos**. Barueri: Manole, 2005. p.192 – 206.

MACHADO, V.F. **A produção do discurso do desenvolvimento sustentável: de Estocolmo à Rio-92**. 2005. 328p. Tese de (Doutorado em Política e Gestão Ambiental) – Universidade de Brasília - Centro de Desenvolvimento Sustentável, Brasília, 2005.

MAGALHÃES, H.M.G. Aprendendo com humor: o gênero humor e o subgênero humor negro. In: CÍRCULO DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS DO SUL - CELSUL, 8., 2008, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...**Porto Alegre: UFRGS, 2008. Disponível em:  
<[http://www.celsul.org.br/Encontros/08/aprendendo\\_com\\_humor.pdf](http://www.celsul.org.br/Encontros/08/aprendendo_com_humor.pdf) >. Acesso em: 21 ago. 2013.

MAKRAY, T. Como recriar a realidade. [Entrevista a Flavio Lobo]. **Página 22**, São Paulo, n. 11, p. 18-27, ago. 2007.

MARTINO, L.M.S. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009. 286p.

MASCARO, A.L. **Filosofia do Direito**. São Paulo: Atlas, 2010. 608p.

MENDONÇA, Rita. **Conservar e criar: natureza, cultura e complexidade**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005. 255 p.

MIDIA; SENSE. Redes sociais. Comportamento dos usuários. 2012. 25p. Disponível em:  
<[http://www.hi-midia.com/wp-content/uploads/2012/04/MSense\\_Sondagem\\_MidiasSociais.pdf](http://www.hi-midia.com/wp-content/uploads/2012/04/MSense_Sondagem_MidiasSociais.pdf)> Acesso em: 12 jul. 2013.

MORIN, E. Os princípios do conhecimento pertinente In: \_\_\_\_\_ **Os Sete saberes necessários à educação do futuro**. SP: Cortez, 2000, p. 35-46

MUSSO, P. A filosofia da rede. In: PARENTE, A. (Org.). **Tramas da rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p 17 – 38.

NOELLE-NEUMANN, E. *La Espiral del Silencio*, Opinión Pública: Nuestra Piel Social. Barcelona. Editorial Paidós, 1995. Tradução de: Javier Ruiz Calderón

PARENTE, A. Enredando o pensamento: redes de transformação e subjetividade. In:\_\_\_\_\_. **Tramas da Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 91 – 110.

PERLIN, John. **História das florestas: a importância da madeira no desenvolvimento da civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1992. 490p.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania**. São Paulo: Cortez Editora, 2005. 255p.

RECUERO, R.; ZAGO, G. A economia do retweet: redes, difusão de informações e capital social no Twitter. **Compós – Associação nacional de programas de pós-graduação em comunicação**. Porto Alegre, 2011

ROVAÍ, R. Quando o novo já nasceu e o velho ainda não morreu.... **Revista Fórum**, v. 124, 2013. Disponível em: <<http://revistaforum.com.br/blog/2013/10/ok-quando-o-novo-ja-nasceu-e-o-velho-ainda-nao-morreu/>>. Acesso em: 5 nov. 2013.

RÜDIGER, F. **Introdução às Teorias da Cibercultura: Perspectivas do Pensamento Tecnológico Contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2004. 198p.

\_\_\_\_\_, F. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011. 152p.

SANTOS, A.D. Revisitando o conceito de espaço público. In:\_\_\_\_\_ **Metodologias Participativas: Caminhos para o fortalecimento de espaços públicos socioambientais**. São Paulo: Peirópolis, 2005. cap. 2, p. 51 – 70.

SANTOS, B.S. **A crítica da razão indolente: Contra o desperdício da experiência**. Porto: Afrontamento, 2000. 376p.

\_\_\_\_\_. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. In: \_\_\_\_\_ (Org.) **Conhecimento Prudente para uma vida decente: um discurso sobre as ciências revisado**. São Paulo: Cortez, 2004. p. 777-821.

\_\_\_\_\_. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007. 127p.

SÃO PAULO, Decisão Judicial proferida pela juíza Cynthia Torres Cristófaru a respeito de ação civil pública movida pela Associação Civil SOS Consumidor contra Associação Paulista de Supermercados – APAS, Sonda Supermercados Exportação e Importação S/A, Walmart Brasil Ltda., Carrefour Comércio e Indústria Ltda. e Companhia Brasileira de Distribuição. Conclusão publicada em 25 jun. 2012. Disponível em:< <http://s.conjur.com.br/dl/decisao-sacolinhas.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2013.

SCHERER-WARREN, I. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 1993. 143p.

SILVA, F.C. Habermas e a esfera pública: reconstruindo a historia de uma ideia. **Sociologia, Problemas e Práticas**. CIES-CELTA, n.35, p. 117 – 138, 2001.

SILVA, S.L.P. Razão instrumental e razão comunicativa: um ensaio sobre duas sociologias da racionalidade. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, São Carlos v.2 n° 18, p 2-9, 2001.

TENDRICH, P. O conceito de espaço público na concepção de J. Habermas. **Direito, Estado e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.. 11, p. 151 – 177, 1997.

UIT. **Measuring the Information Society 2012**. Geneva Switzerland: International Telecommunication Union, 2012. 213p.

VALIATI, H.; SILVA, A.; GUIMARAES, S.; MEIRA, W. Jr. Detecção de Conteúdo Relevante e Usuários Influentes no Twitter. In: Bra SNAM - BRAZILIAN WORKSHOP ON SOCIAL NETWORK ANALYSIS AND MINING. Curitiba, 2012. 12 p. Disponível em: <<http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/brasnam/2012/008.pdf>> Acesso em: 7 mai. 2013.

VEATCH, T.C. A Theory of Humor. **HUMOR: International Journal of Humor Research**, Berlin: Mouton DeGruyter, v.11. n.2, p.161-216, Mai 1998. Disponível em: <<http://www.juliegrenonmorin.com/medias/files/a-theory-of-humor.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

VIÉZZER, M. Somos todos aprendizes. In: CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL, v 5. In: Lembranças da construção do Tratado de Educação Ambiental. 1995. Disponível em: <[http://www.recea.org.br/acervo/artigo\\_MOEMA-Tratado.doc](http://www.recea.org.br/acervo/artigo_MOEMA-Tratado.doc)> Acesso em: 02 mai. 2012.

WALLERSTEIN, I. **O fim do mundo como o concebemos**: Ciência social para o século XXI. Rio de Janeiro: Revan, p.33 – 36; 223 – 229; 241 – 258, 2002.

WCED. World Comission on Environment and Development. Our Commom Future. Oxford;New York: Oxford University Press, 1987. 430p.

WEISSBERG, J.L. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, A. (Org.). **Tramas da rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p 113 – 141.



**ANEXOS**











## ANEXO B

Tabela 7 - Conjunto de 24 links mais *retweetados* no período do Estudo Piloto.

(continua)

identificador do link	Autor original	número de seguidores em 18/12/2011	Exemplo de item	no repetições na amostra	permalink
KdkcJSm8	Psustentavel	53.692	Você sabia que os debates sobre sustentabilidade começaram em 1972? <a href="http://t.co/KdkcJSm8" target="blank">http://t.co/KdkcJSm8</a> O #Manual3.0 explica	76	<a href="http://twitter.com/psustentavel/status/118690288783994880">http://twitter.com/psustentavel/status/118690288783994880</a>
uggigyrt	Psustentavel	53.692	Sustentabilidade começa em casa: <a href="http://t.co/uggiGyrT" target="blank">http://t.co/uggiGyrT</a> Veja no infográfico atitudes que você pode adotar	61	<a href="http://twitter.com/psustentavel/status/138595175818739712">http://twitter.com/psustentavel/status/138595175818739712</a>
qo1umqf3	Revistasuper	589.196	Cidades de todo o mundo se reúnem para pensar a sustentabilidade de forma criativa <a href="http://t.co/QO1UmqF3" target="blank">http://t.co/QO1UmqF3</a>	54	<a href="http://twitter.com/revistasuper/status/128816918676250626">http://twitter.com/revistasuper/status/128816918676250626</a>
uzvzjl3v	Psustentavel	53.692	Dúvidas sobre termos técnicos da sustentabilidade? <a href="http://t.co/uzvzjl3v" target="blank">http://t.co/uzvzjl3v</a> Confira o Glossário do @psustentavel	52	<a href="http://twitter.com/psustentavel/status/140063532619280384">http://twitter.com/psustentavel/status/140063532619280384</a>
5vphp8ps	Psustentavel	53.692	Quer uma boa dica de filme ou livro sobre sustentabilidade? <a href="http://t.co/5vphp8ps" target="blank">http://t.co/5vphp8ps</a> Mais de 200 dicas na Estante do @psustentavel	44	<a href="http://twitter.com/psustentavel/status/140078606037696512">http://twitter.com/psustentavel/status/140078606037696512</a>
qrn5k3s	Joaogabrielcf	79	@twicomic Por Favor, abrace esta causa também, a SUSTENTABILIDADE, todos por um mundo melhor. <a href="http://t.co/QRNb5k3S" target="blank">http://t.co/QRNb5k3S</a> Muito obrigado.	38	-

Tabela 7 - Conjunto de 24 links mais *retweetados* no período do Estudo Piloto.

(continuação)

e5eJ5VgU	psustentavel	53.692	Caia na real: <a target_blank hrefhttp://t.co/e5eJ5VgU>http://t.co/e5eJ5VgU</a> As ferramentas e os apps aliados da sustentabilidade. #Manual3.0	35	http://twitter.com/psustentavel/status/138712092483129345
96XCYGCq	silva_marina	539.590	RT @silva_marina: Pescadores alertam sobre a importância da pesca artesanal para a economia, a segurança alimentar e sustentabilidade: <a target_blank hrefhttp://t.co/96XCYGCq>http://t.co/96XCYGCq</a>	21	http://twitter.com/ClarissaBottari/status/139364501966438400
Hnrzwqdf	gabijuns	663	@andrecahillho Para combater o ativismo de sofá: <a target_blank hrefhttp://t.co/hNRzWqdf>http://t.co/hNRzWqdf</a> #ativismo	25	http://twitter.com/gabijuns/status/12972688838045697
z1qzgluk	psustentavel	53.692	Você é bom motorista? <a target_blank hrefhttp://t.co/Z1qZglUK>http://t.co/Z1qZglUK</a> A @quatorodas vai eleger o melhor do Brasil. #volantesustentável	25	http://twitter.com/psustentavel/status/118097751576813568
hkvj27hr	andicomunicacao	845	RT @andicomunicacao: ANDI lança análise de mídia sobre cobertura do Código Florestal: <a target_blank hrefhttp://t.co/hkvj27hr>http://t.co/hkvj27hr</a>	23	http://twitter.com/silva_marina/status/140143379534188544
qvIMNnSp	psustentavel	53.692	Exposição Design Italiano p/ a Sustentabilidade em #SP: <a target_blank hrefhttp://t.co/qvIMNnSp>http://t.co/qvIMNnSp</a> Objetos feitos c/ consciência ambiental	23	http://twitter.com/psustentavel/status/129897947172311040
Yyfygvpt	flaminioAra	2.477	Termina hoje a 3ª Conferência Internacional sobre Clima, Sustentabilidade e Desenvolvimento em Regiões Semiáridas <a target_blank hrefhttp://t.co/yYFYGVpT>http://t.co/yYFYGVpT</a>	22	http://twitter.com/flaminioAra/status/119440174500413442
nrid5uxa	CicloVivo	8.748	Buraco na camada de ozônio na Antártida é tão grande quanto a América do Norte <a target_blank hrefhttp://t.co/nrID5uxA>http://t.co/nrID5uxA</a> #sustentabilidade #ozônio #Antártida	19	http://twitter.com/CicloVivo/status/129520381072646144
Xnchegff	Admnews	81.701	Destaque da semana - As lições de Guilherme Leal sobre negócios e sustentabilidade <a target_blank hrefhttp://t.co/xNchEgff>http://t.co/xNchEgff</a>	19	http://twitter.com/admnews/status/140510527905464320

Tabela 7 - Conjunto de 24 links mais *retweetados* no período do Estudo Piloto

(conclusão)

w0oiw7vu	CicloVivo	8.748	Pesquisadores descobrem bactéria que transforma papel em combustível limpo <a target_blank hrefhttp://t.co/W0OiW7vU>http://t.co/W0OiW7vU</a> #sustentabilidade #pesquisa #combustível	18	http://twitter.com/CicloVivo/status/119410087398866944
Qqqngwop	psustentavel	53.692	ECOação Cultural debate cultura e sustentabilidade: <a target_blank hrefhttp://t.co/qqQnGWop>http://t.co/qqQnGWop</a> Hoje (26/11), em #SP	16	http://twitter.com/psustentavel/status/140399779145449472
rvb2sgve	GabitoNunes	13.662	Recomendo: <a target_blank hrefhttp://t.co/rVB2SgVE.>http://t.co/rVB2SgVE.</a> Sebos de todo Brasil cadastrados. Preço bom e sustentabilidade. 23/11/2011	16	http://twitter.com/GabitoNunes/status/139342654537338881
uzt8hoya	psustentavel	53.692	52% das empresas no Brasil têm área de sustentabilidade: <a target_blank hrefhttp://t.co/uZt8hOeA>http://t.co/uZt8hOeA</a> Pesquisa marca lançamento do Ibope Ambiental	16	http://twitter.com/psustentavel/status/128138810079981569
2j5q30ht	UVVES	2.064	Dê RT e concorra a brindes! Pedalada pelos royalties e pela sustentabilidade do ES com a @uvves <a target_blank hrefhttp://t.co/2J5Q30hT>http://t.co/2J5Q30hT</a>	14	http://twitter.com/UVVES/status/119409049828724736
nodj3i8r	coletivoverde	10.363	Projeto CONTEM une sustentabilidade, arte, design, moda e cinema em São Paulo! <a target_blank hrefhttp://t.co/nODJ3i8R>http://t.co/nODJ3i8R</a>	14	http://twitter.com/coletivoverde/status/118072156180586496
u3ucdwpo	admnews	81.701	Em palestra gratuita na FNQ, Natura fala sobre liderança e sustentabilidade <a target_blank hrefhttp://t.co/u3ucdwPo>http://t.co/u3ucdwPo</a>	13	http://twitter.com/admnews/status/117395913764380672
78sa67qy	AstrosLuminosos	312.965	RT Sustentabilidade: A resposta mais engraçada, mais criativa ganha 1 IPAD 2.Aguardem regras do concurso. <a target_blank hrefhttp://t.co/78SA67qY>http://t.co/78SA67qY</a>	12	http://twitter.com/AstrosLuminosos/status/118460698593460224
cg55v3ph	CicloVivo	8.748	Cidades brasileiras despejam mais de 5 bi de litros de esgoto sem tratamento por dia <a target_blank hrefhttp://t.co/CG55V3ph>http://t.co/CG55V3ph</a> #sustentabilidade #cidade #esgoto	12	http://twitter.com/CicloVivo/status/118695338306576384