

**Sobre marcas, fanpages e posicionamento virtual:
análise de discurso de uma empresa de móveis¹**

Juliana Isola VILAR²

Dario Brito ROCHA JUNIOR³

Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), Recife, PE

Faculdade Estácio de Sá/Recife

Resumo

As novas tecnologias permitem uma comunicação direta com o usuário, porém algumas empresas podem não ser cautelosas com seus conteúdos nas redes sociais. Neste trabalho foram investigadas as publicações da empresa Alezzia, que contratou um estagiário envolvido em postagens polêmicas no *Facebook*. A proposta foi analisar, de maneira preliminar, através do discurso destas publicações, posicionamentos expostos *online*. Utilizou-se a Análise de Discurso, metodologia em que a linguagem é estudada como forma material da ideologia. As palavras e expressões que mais se repetiram foram: liberdade de expressão, politicamente correto, justiceiros sociais, fogo no p*teiro, opressor e educação. Verificou-se, numa primeira apreciação, que a empresa possui um discurso que pode soar distorcido pelas escolhas polêmicas de palavras e expressões utilizadas, reforçando seu *ethos* e identidade.

Palavras-chave

Alezzia; redes sociais; *ethos*; publicações; debate.

1. Empresas e seus discursos na rede

Com a disseminação de redes sociais e a migração de empresas para estas comunidades *online*, a relação com os clientes e usuários modificou-se. As novas tecnologias permitem uma comunicação direta, sem mediação e com linguagem semelhante a do usuário. Estar presente em uma rede social significa se expor e, neste ponto, as empresas necessitam cautela para que sua imagem não seja relacionada a discussões e conteúdos polêmicos.

Muitas organizações conduzem os seus perfis em redes sociais com muita habilidade e velocidade para interagir com os internautas. Outras não dedicam tanto

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) e aluna do MBA em Comunicação e Marketing em Mídias Sociais, da Faculdade Estácio de Sá/Recife, *email*: jisola.vilar@gmail.com

³ Professor dos cursos de Jornalismo e Jogos Digitais e do Mestrado Profissional do Programa de PósGraduação em Indústrias Criativas (PPGCriativas) da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), orientador deste trabalho, *email*: dariobrito@unicap.br

cuidado com estes meios e podem acabar se expondo de maneira equivocada. Se não contornada a situação, pode-se iniciar uma crise de imagem, influenciando negativamente aquela instituição. Neste artigo, o foco da investigação foram as publicações da empresa Alezzia, com evidência na contratação de um estagiário que publicou postagens com teor considerado polêmico na rede social *Facebook*. Além disso, a organização produz conteúdos sobre temas em debate no país e usa termos e expressões que ocasionaram reações de apoio e contestação dos usuários desta rede social.

Assim, a proposta deste artigo foi investigar, através do discurso que a instituição usa em suas publicações, quais posicionamentos foram expostos. Espera-se, assim, entender qual o objetivo da empresa ao divulgar suas posições sobre estes temas e entender o porquê de suas publicações agradarem e desagradarem quem acompanha a *fanpage*.

2. O caso das publicações feitas pelo estudante Gabriel Vaz

O estudante de Engenharia Civil da Faculdade Pitágoras (Londrina, PR), Gabriel Vaz, era estagiário em uma construtora (Grupo Cantareira), na cidade de Araçatuba (PR), desde 2016. Após duas postagens feitas por ele na rede social *Facebook*, uma no dia 31 de janeiro e outra em 07 de fevereiro de 2017, ambas de teor polêmico, que provocaram discussões nas redes sociais e meios de comunicação no país. Após este episódio, a empresa tomou conhecimento do material. As imagens foram tomadas no campo de obras da construtora, que encerrou o contrato do estudante no dia 08 de fevereiro⁴.

As publicações continham os seguintes textos: “Procurando alguma feminista para ajudar a descarregar... Direitos iguais até chegar a carga de cimento. #paz #Estágio #4semestre #EngenhariaCivil”⁵ e “Analisando um projeto hidrossanitário da Rede Esgoto por onde vai passar os argumentos das Feministas, Aborteiras, etc.. #paz #Estágio #EngenhariaCivil”⁶. Neste mesmo dia, o Grupo Cantareira emitiu nota de esclarecimento sobre o fato: “Nós, do Grupo Cantareira tomamos conhecimento de postagens, com

⁴ Trecho de texto reproduzido de matéria do site de notícias G1, originalmente publicada em 08 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/noticia/2017/02/estagiario-deengenharia-e-desligado-apos-posts-machistas-em-rede-social.html>>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

⁵ Idem.

⁶ Ibidem.

mensagens sexistas e extremistas, feitas por um estagiário em uma rede social pessoal. Apesar das fotos terem sido feitas em nossos empreendimentos, ressaltamos que não reflete a opinião do grupo, mas particular. O Grupo Cantareira despreza qualquer incitação de ódio e preconceito. Esclarecemos a situação e comunicamos que o estagiário não faz mais parte da nossa equipe”⁷.

Em continuidade, o estudante se pronunciou na rede social: “Galera sobre o post polêmico, quero frisar que foi uma brincadeira, brincadeira essa entre meus amigos que pensam como eu, em nenhum momento tive a intenção de ofender ninguém, às pessoas que se ofenderam desculpe-me, nunca imaginei que teria a repercussão nacional que teve, e as coisas saíram do controle, e pela minha família, pelos amigos, pela empresa, pelas pessoas que me seguem: DESCULPE-ME entendam o post como realmente foi uma piada”⁸.

Em seu perfil na rede social *Facebook*, Gabriel se descreve como católico, conservador de direita e apoiador do deputado federal Jair Bolsonaro (PP-RJ) em sua pré-candidatura à presidência da República⁹. Os fatos citados aconteceram na primeira semana de fevereiro de 2017, mas a história continuou repercutindo. O estudante, por um lado, foi muito criticado, e por outro, elogiado por defender seus valores. Atualmente (maio de 2017), ele possui mais de 18 mil seguidores em seu perfil na rede social. No dia 08 de fevereiro, o estudante publicou o seguinte *post* em seu perfil: “Oi feminazis, a empresa Allezzia, me ofereceu um estágio novo e melhor!”¹⁰.

3. A Alezzia

⁷ Trecho de texto reproduzido de matéria do site de notícias G1, originalmente publicada em 08 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/noticia/2017/02/estagiario-deengenharia-e-desligado-apos-posts-machistas-em-redesocial.html>>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

⁸ Trecho de texto retirado do portal Uol, publicado originalmente em 08 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://estilo.uol.com.br/comportamento/noticias/redacao/2017/02/08/foi-uma-brincadeira-dizestagiario-demitido-por-posts-sexistas.htm>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

⁹ Texto reproduzido do perfil da rede social Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabriel.vaz.15?lst=100000122896794%3A100000716286340%3A1493611267>>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

¹⁰ Texto reproduzido do perfil da rede social Facebook, publicado em 08 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/gabriel.vaz.15?fref=ts>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

A Alezzia é uma empresa na cidade do Rio de Janeiro (RJ) que produz móveis em aço inox e segue envolvida em outra polêmica (que será descrita mais adiante) em suas redes sociais por seus posicionamentos sexistas considerados explícitos e também por campanhas machistas. Em publicação feita no dia 10 de fevereiro de 2017, a empresa afirma: “Gabriel Vaz e Alezzia acertam contrato pelos próximos 30 dias. Este mito agora é oficialmente parte do time Alezzia em caráter *freelance*, mas, para todos os efeitos pode considerá-lo como “O ESTAGIÁRIO”. As cláusulas do mega contrato são secretas, mas, os resultados serão bem públicos. Se segura que agora é Fogo no P*teiro dose dupla.

TURN DOWN FOR WHAT”¹¹.

Esta atitude provocou mais reações na rede e muitas pessoas se posicionaram contra a posição da Alezzia. A empresa continuou fazendo postagens, afirmando que o estudante fez uso de sua liberdade de expressão ao se posicionar e utilizando esta justificativa como argumento para contratá-lo.

Através de pesquisas no perfil da rede social *Facebook* e no *site* da Alezzia, a empresa se define como uma marca que produz móveis em aço inox, fundada em 1990, com sede na cidade do Rio de Janeiro, e ligada ao grupo Palmetal¹². Seus produtos são móveis em aço inoxidável para uso profissional e decoração. A Alezzia também destaca que o objetivo é oferecer produtos de alto padrão, atendimento ágil e surpreendentemente simpático, e afirma que seu *design* é o grande diferencial competitivo.

Em seu *site*, a visão da empresa é: “Até 2020 ter ao menos mil crianças com aulas de matemática ministradas por professores que serão patrocinadas pela Palmetal. Até 2022 teremos uma fábrica operando no USA. Até 2030 todas as empresas com mais de 50 funcionários no Brasil terão algum produto nosso. Até 2035 70% do nosso faturamento deve vir do além mar. Viver é a coisa mais rara do mundo. A maioria das pessoas apenas existe - Oscar Wilde”¹³.

¹¹ Reprodução do perfil da Alezzia na rede social Facebook, publicação em 10 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1496603687069393/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

¹² Trecho de texto integrante do site da empresa Alezzia. Disponível em: <<http://blog.palmetal.com.br/sobre-a-alezzia-palmetal/>>. Acesso em: 28 de abril de 2017.

¹³ Trecho de texto integrante do site da empresa Alezzia. Disponível em: <<http://blog.palmetal.com.br/home/institucional/>>. Acesso em: 28 de abril de 2017.

Sobre seus valores, a Alezzia defende conceitos que a diferencia das demais empresas, pois acredita que “Valores comuns como ética, qualidade, respeito são praticamente inexpressivos, pois, todos esperam isso de uma empresa. Nossos valores são poucos, fortes e praticados todos os dias. Os funcionários são avaliados segundo a aderência a eles”¹⁴.

Devido às suas colocações públicas no perfil da rede social a empresa se envolveu em dezembro de 2016 em polêmica que teve repercussão nacional: fez comparações de mulheres com objetos ao divulgar uma linha de produtos. Nas imagens, é possível ver uma modelo em trajes de banho junto aos objetos em cenários como praias e matas. A campanha foi muito criticada nas redes sociais e rapidamente compartilhada.

A publicação foi feita no dia 14 de dezembro de 2016 ¹⁵ e teve muitos comentários a favor e contra, além de curtidas através dos *emojis*¹⁶ indicando raiva (*Grr*). Outra reação observada na *fanpage* da Alezzia foram as avaliações feitas na rede social, mensuradas através de símbolos de estrelas: muitas pessoas classificaram a empresa com uma estrela e explicaram o porquê em seus comentários. Ainda assim, a página segue no ar, mesmo com a publicação de imagens mesmo com o *Facebook* defendendo que páginas que assediem ou estimulem algum tipo de preconceito sejam denunciadas.

O estabelecimento costuma se posicionar publicamente sobre diversos temas: o armamento/desarmamento no país, o código florestal, a reforma da previdência, as mudanças da CLT e outras temáticas em debate. Portanto, a contratação do estudante Gabriel Vaz, cujo perfil já foi apresentado no material, parece reforçar os valores e posicionamento da companhia. Não se sabe se a contratação foi um recurso de *marketing* proposital mas, ao observar as postagens, percebe-se que a empresa possui apoio de muitos internautas que acompanham a *fanpage*, e conseguiu ainda mais visualizações e curtidas no meio social. No dia 29 de abril a *fanpage* tinha 10.585 curtidas. Após a postagem sobre a contratação do estudante, a empresa continuou a publicar imagens do

¹⁴ Trecho de texto integrante do site da empresa Alezzia. Disponível em: <<http://blog.palmetal.com.br/home/institucional/>>. Acesso em: 29 de abril de 2017.

¹⁵ “Marca faz postagem considerada machista”. Matéria do site Infomoney, publicada em 16 de dezembro de 2016. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/negocios/como-vendermais/noticia/5934952/marca-faz-postagens-consideradas-machistasdesafia-cliente-baixar-sua-nota>>. Acesso em: 29 de abril de 2017.

¹⁶ *Emojis* são símbolos ou imagens faciais que traduzem estados de humor.

rapaz retiradas das postagens com discurso machista para utilizar nas suas próprias publicações.

Gabriel tornou-se indiretamente garoto propaganda da empresa, fato que provocou repercussões de ambos teores na rede social. Três dias após o anúncio de contrato do novo estagiário, em 13 de fevereiro de 2017, o grupo de *hackers* Anonymus invadiu a página do Facebook e o site da Alezzia, passando a fazer publicações sobre a escritora feminista Simone de Beauvoir e a mulher pioneira em programação do mundo, Ada Lovelace¹⁷. A situação durou, no máximo, três dias, e em seguida, a *fanpage* e o site foram restabelecidos.

4. *Ethos*

Ao observar a forma como a empresa Alezzia conduz as publicações em suas páginas, pode-se refletir um pouco sobre seu *ethos*. Para Aristóteles, citado por Habib (2008), o *ethos* representa o caráter moral que o orador apresenta em seu discurso. Fiorindo (2012) cita Heine (2007) ao explicar que, na Análise de Discurso (AD), o *ethos* refere-se a textos orais e escritos, em que os enunciadores mostram uma imagem de si através do discurso. Partindo desta colocação, a instituição, ao fazer suas publicações, expressa-se sobre temáticas diversas e não deixa de mostrar a imagem da empresa no texto. É possível reforçar este pensamento na afirmação de Discini (2008), que situa o *ethos* no sujeito construído no discurso, através de uma imagem construída do autor discursivo, marcando o jeito individual do ser social.

Comungando da retórica de Aristóteles, Habib (2008) se baseia em Amossy (2005), considerando um contexto de *ethos* a partir de um discurso em que:

...um conjunto formado pela imagem do orador, seu discurso, sua função e sua posição social estabelece a eficiência de seu desempenho argumentativo e os efeitos persuasivos sobre seu auditório (p. 22).

Contextualizando para o caso da organização, seria uma forma de a Alezzia se posicionar como formadora de opinião nas redes sociais? Por isso insistiria em trazer para

¹⁷ “Anonymous Brasil invade site da empresa Alezzia após polêmica”. Matéria do site Catraca Livre, publicada em 13 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/cidadania/indicacao/anonymus-brasil-invade-site-da-empresa-alezziaapos-polemica/>>. Acesso em: 29 de abril de 2017.

discussão temáticas organizacionais através das páginas da instituição para o grande público, independente da real proposta da empresa, que é a venda de imóveis em aço inox.

A noção do *ethos* discursivo é retomada em Maingueneau (1993), descrita por Recla (2012), que comenta o *ethos* como crucialmente ligado ao ato de enunciação, que representa o próprio dizer do sujeito que fala. Poderia considerar que, neste caso, as postagens poderiam representar o próprio *ethos* da empresa, que seria o sujeito que fala.

5. Análise de Discurso

A AD é descrita por Caregnato e Mutti (2006) não como uma metodologia, mas uma disciplina de interpretação fundamentada pela interseção de epistemologias distintas nas áreas de Linguística, do materialismo histórico e na Psicanálise. No caso da Linguística, ela atua na noção da fala para o discurso, como é o caso do objeto de estudo deste artigo. Este recurso de interpretação teve origem na França, em sua corrente mais tradicional, na década de 1960, em um contexto de luta de classes e movimentos sociais, com influências marxistas. Nesta época, a Linguística crescia e era considerada como uma ciência de destaque, como abordam Mussalim e Bentes (2012).

No processo de análise da AD está a pretensão de interrogar os sentidos estabelecidos em formas de produção verbais ou não, desde que sua materialização produza sentidos que possam ser interpretados. Para este trabalho, optou-se por abordar a linha francesa da AD, que articula o linguístico com o social e histórico, em que a linguagem é estudada também como forma material da ideologia. Sendo o discurso heterogêneo e marcado pela História e ideologia, a AD não se propõe a descobrir algo novo, mas trazer uma nova interpretação ou releitura deste discurso, sem que isso implique em determinar o que é certo ou errado.

Dito isto, pode-se fazer um paralelo sobre esta afirmação e as publicações da Alezzia, que produzem sentidos possíveis de interpretação para as pessoas que acompanhem aquela página. Da mesma forma, ao divulgar opinião nas redes sociais, a firma abre espaço para interpretações e releituras. Neste ponto é onde podem surgir posicionamentos distintos.

Para trabalhar com a Análise de Discurso, recomenda-se um recorte discursivo dentro do objeto a ser analisado. Dentro deste recorte buscam-se regularidades na formação discursiva, que façam parte da identidade do discurso acessado pelo sujeito.

Caregnato e Mutti (2006) citam Pêcheux (1993), que fala que a AD é relevante para as Ciências da Linguagem e presente no exercício das Ciências Humanas, e sua interpretação cabe ao analista e ao cientista em geral. Ao utilizar este método, o pesquisador faz uma leitura do texto focando na posição discursiva do sujeito que, sob os contextos social, histórico e ideológico, produz sentido.

Neste artigo, o foco do recorte discursivo foi pensado a partir da situação da contratação do estudante Gabriel Vaz após as publicações que este usuário já havia feito em rede social. Da mesma forma, o enfoque é direcionado na posição discursiva que a organização que o contratou adota ao defendê-lo e associá-lo aos seus princípios.

6. Metodologia

Para o objeto de análise deste artigo, optou-se por um recorte temporal a partir da contratação do estudante Gabriel Vaz pela Alezzia, ocorrido em 10 de fevereiro, até o dia 17 de fevereiro de 2017. Neste período, registrou-se uma quantidade de 23 postagens na rede social *Facebook*, dos quais 14 são referentes à contratação do estagiário.

A utilização do recurso da Análise de Discurso foi feita a partir da seleção das principais palavras e expressões que mais se repetiam dentro destas postagens. A partir desta seleção e contextualização com o discurso e o episódio do estagiário, pretendeu-se entender que ideia(s) a Alezzia defende e pode repassar através de suas postagens.

Esta observação revelou que existem seis (06) palavras ou expressões (a serem apresentadas em quadro nas próximas páginas) que ganham destaque e podem repassar aos seguidores e fãs da empresa a ideia que a organização defende e seu posicionamento sobre determinados temas. Esta seleção foi analisada por ordem cronológica de aparição na rede social, e pelo número de repetições ao longo das postagens. As publicações serão reproduzidas fielmente como na rede social.

7. Análise

A investigação das postagens revelou as palavras e expressões que mais se repetem dentro do discurso da Alezzia no período delimitado entre 10 de fevereiro e 17 de fevereiro de 2017, descritas a seguir:

Palavras/ Expressões que mais aparecem nas postagens	Número de repetições nas postagens analisadas
Liberdade de expressão	20 vezes
Politicamente correto	5 vezes
Justiceiros sociais	5 vezes
Fogo no p*teiro	2 vezes
Opressor	2 vezes
Educação	2 vezes

7.1 “Liberdade de Expressão”

Ao analisarmos o contexto em que liberdade de expressão aparece, percebeu-se que ela estava associada a uma campanha promovida pela empresa, chamada “#DesafioAlezzia Paz&União 5 estrelas pela liberdade de expressão no Brasil”, todas com um *link* direcionando para o *site*. Já nas publicações vinculadas à esta expressão, percebeu-se que, além da citação na campanha, o discurso utilizado refere-se sempre à liberdade de expressão como uma bandeira defendida pela empresa. Isto fica perceptível na publicação do dia 15 de fevereiro, em que a empresa compartilha na rede social o posicionamento do vereador da Câmara de Londrina, Filipe Barros.

No texto, o político defende as publicações do estudante Gabriel Vaz e afirma que o politicamente correto tem inferido nas liberdades individuais e nem o humor é tolerado. A Alezzia reitera esse posicionamento afirmando que “O Paraná está cada vez mais sendo um orgulho para o Brasil através de uma bela atitude como essa e principalmente por ter passado a limpo a relação entre empresas e governo. Diariamente aumenta o número de pessoas que abraçam a causa da Liberdade de Expressão. É um novo Brasil nascendo”¹⁸.

A expressão aparece novamente em duas publicações dentro do contexto em que as redes sociais e o site da empresa foram *hackeados* pelo grupo Anonymus. No dia 15 de fevereiro, a empresa publicou “Deve ser bem incômodo viver a margem da lei em um local onde todos os que vivem a margem da lei estão sendo presos. Ou viver em um

¹⁸ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1501386526591109/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

mundo onde os radicais e pseudo justiceiros sociais estão sendo colocados no seu devido lugar. Ou ainda em um mundo onde as pessoas estão voltando a ter liberdade de expressão”¹⁹.

Dois dias depois, em 17 de fevereiro, com o restabelecimento do site e redes, um novo texto divulgado afirma “Como não há mais tempo para ficarmos seis horas ininterruptas fora do ar está declarada pela segunda vez a vitória dos que defendem a Liberdade de Expressão no Brasil”²⁰.

O conceito de liberdade de expressão é explorado no trabalho de Komesu (2010), que utiliza como base o conceito genealógico de poder de Foucault (1999b), e ressalta que o poder não é objeto natural, mas uma prática social construída através do poder em uma sociedade. A racionalidade de poder, segundo o autor francês, está nas estratégias anônimas, que delineiam dispositivos em conjunto de poder. No mesmo artigo, em que Komesu estuda espaços e fronteiras da liberdade de expressão, a autora explica que, mesmo defendendo a liberdade de expressão, as pessoas que escrevem *online* sabem que há dispositivos que regulam as práticas sociais. Ainda de acordo com a autora:

Não se trata, porém, como diz Foucault (1999b), de repressão, mas de *efeito de poder* resultante da *vontade de verdade* que emerge das relações sociais, ao mesmo tempo, intencionais e não subjetivas, as quais tornam concretas práticas na contemporaneidade (KOMESU, 2010, p. 11).

Neste raciocínio, o autor questiona: qual o perigo de as pessoas falarem e seus discursos proliferarem? Komesu (2010) explica que a defesa dos autores para a produção de discursos em espaços *online* são efeitos de poder de uma sociedade que afirma suas ações na consolidação da liberdade de expressão dos indivíduos, em que tudo pode ser dito publicamente. A tecnologia seria uma facilitadora do acesso à informação, e onde o indivíduo pode comentar ininterruptamente sobre tudo.

¹⁹ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1501644383231990/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²⁰ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/150422989640796/?type=3&theater>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

A empresa Alezzia pode ter se valido destes argumentos de poder resultantes da liberdade de expressão propiciada nos meios *online*, onde diz-se o que se pensa, mesmo que isso ocasione muitos comentários e críticas para a própria empresa.

7.2 “Politicamente correto”

Outra expressão, politicamente correto, apareceu pela primeira vez em publicação no dia 10 de fevereiro: “Esperando a galera do Politicamente Correto para descarregar o caminhão de Móveis em Aço Inox. O Estagiário foi promovido! TURN DOWN FOR WHAT”²¹, dizia a postagem. Ao fazer o *link* da expressão com a palavra galera, a Alezzia pretende provocar o internauta? Esta foi a segunda postagem após a contratação do estagiário. A empresa estava consciente que poderia alcançar muitas pessoas e conseguir espaço na rede *Facebook*, como aconteceu na primeira postagem, feita também no dia 10 de fevereiro.

No outro dia (11), uma nova publicação traz um resumo da primeira atividade do estagiário que, segundo a empresa, foi esvaziar um balde opressor em aço inox da Alezzia repleto de lágrimas pela morte do politicamente correto ²². Novamente outra palavra foi utilizada juntamente com a expressão, desta vez, morte. A empresa parece se posicionar contra as pessoas que não concordaram com a atitude da contratação do rapaz. Ao pensarmos no significado da expressão dentro dos discursos, Weinmann e Culau (2014) afirmam que a expressão está tão enraizada no senso comum, que torna-se difícil conceituá-la. De modo didático, a expressão consiste em um conjunto de intervenções políticas cujo alvo geralmente é a linguagem ou manifestações linguísticas que carregam alguma marca de discriminação contra grupos minoritários. Neste contexto, o termo aparece pela primeira vez nos Estados Unidos, na década de 1960, referindo-se a movimentos à favor dos direitos civis.

A expressão se dissemina pelas universidades americanas junto à movimentos que possuem como crítica modelos representados por: homem branco, heterossexual e

²¹ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1497252850337810/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²² Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/150422989640796/?type=3&theater>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

burguês, como debatem Weinmann e Culau (2014) ao citarem Rodden (2010). Considerando esta colocação e estabelecendo vínculo com as postagens feitas pela Alezzia, pode-se partir do pressuposto que a empresa representa e adota justamente o modelo acima criticado.

7.3 “Justiceiros sociais”

Outra expressão que também aparece com certa frequência (cinco vezes) é “justiceiros sociais”. Na primeira publicação em que aparece, no dia 11 de fevereiro, é perguntado: Quantos justiceiros sociais você conhece que criaram algo do zero ou se destacaram?²³ Em seguida, o texto segue criticando o governo de justiceiros sociais. Na postagem seguinte, no dia 12 de fevereiro, fala-se que o estagiário sofreu a justiça dos justiceiros sociais²⁴, pois foi criticado pelas publicações que fez. De acordo com a empresa, ele exerceu a liberdade de expressão defendida nas postagens.

No dia 15 de fevereiro, a Alezzia fala sobre a queda do *site* da empresa: “Deve ser bem incômodo viver a margem da lei em um local onde todos os que vivem a margem da lei estão sendo presos. Ou viver em um mundo onde os radicais e pseudo justiceiros sociais estão sendo colocados no seu devido lugar. Ou ainda em um mundo onde as pessoas estão voltando a ter liberdade de expressão. Por isso entendemos a sua vontade de nos parar”²⁵, diz a publicação.

Entende-se que a empresa considera como justiceiros sociais aqueles que se posicionam contra suas colocações. Ela também aproveita o espaço para divulgar posicionamentos sobre outros temas, como é feito na publicação do dia 11 de fevereiro, em que se fala sobre: desemprego, educação, analfabetos e Cuba. A postagem parece justificar que os justiceiros sociais seriam responsáveis pela situação do país, pois, de

²³ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1497566416973120/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²⁴ Idem.

²⁵ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1501644383231990/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

acordo com o discurso, “esse pessoal que nunca fez nada disso acima, se acham os especialistas sobre tudo aquilo”²⁶.

Ainda com esta mesma expressão, no dia 12 de fevereiro, a Alezzia volta a provocar os justiceiros sociais ao comentar que um programa televisivo “sentou a lenha” nas publicações da empresa. O texto segue e a situação parece divertir, como percebe-se no trecho “É complicado escrever e chorar de rir ao mesmo tempo...”²⁷.

Em seguimento, é colocado que Gabriel Vaz sugere que a empresa processe o canal televisivo, mas é surpreendido: “Nós demos um esporro nele! Como você quer processar alguém que está bombando a nossa audiência? Muito pelo contrário... O Estagiário está oferecendo, com o nosso aval, um cupom de R\$5.000 para a conceituada rede usar em compras conosco”²⁸. Percebe-se que a empresa se aproveita da situação para se promover e conseguir mais audiência, como é dito no discurso.

7.4 Demais palavras e expressões

As demais palavras, opressor, fogo no p*teiro e educação, vêm inseridas em contextos de críticas e aproveitamento de audiência, como em relação ao caso Thauane Cordeiro²⁹, paulista com câncer hostilizada por uma ativista do movimento negro por usar turbante. Sobre este tema, a Alezzia publicou em 12 de fevereiro: “Em apoio a Thauane Cordeiro. Se alguém tiver o contato dela, avisa que se ela aceitar, vamos mandar 0800 um Cabideiro Alezzia em aço inox mega opressor para ela pendurar todos os turbantes

²⁶ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1497566416973120/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²⁷ Publicação da fanpage da empresa Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1498299163566512/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²⁸ Trecho de texto integrante da fanpage da Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1498299163566512/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

²⁹ “Jovem com câncer que sofreu represália por usar turbante faz desabafo”. Matéria do jornal Estadão, publicada em 11 de fevereiro de 2017. Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,jovem-com-cancer-que-sofreu-represalia-porusarturbante-faz-desabafo,70001662157>>. Acesso em: 22 de abril de 2017>. Acesso em: 22 de abril de 2017.

do mundo”³⁰. A mesma palavra foi utilizada quando a empresa justificou que seu balde opressor em aço inox serve para esvaziar as lágrimas colhidas com a morte do politicamente correto³¹. Aparentemente a estratégia da empresa é utilizar polêmicas para se promover.

5. Conclusão

A partir do caso do estudante Gabriel Vaz, sua contratação pela empresa Alezzia e a observação sobre o modo da organização se posicionar em suas redes *onlines*, pode se questionar: até que ponto uma organização pode se posicionar e influenciar o público?

A empresa apresenta um discurso que pode soar distorcido pela forma como é colocado, pelas escolhas de palavras e expressões utilizadas. O que se fala é sobre conceitos e sobre como podem haver distorções desses conceitos em um ambiente possível de múltipla interação. As redes sociais registram o local onde esse debate acontece e reflete os posicionamentos da empresa. Esses atos reforçam o *ethos* e a identidade de instituições, e neste caso, o *ethos* pode estar baseado em informações e argumentos distorcidos.

Assim como o caso apresentado neste artigo, existem outros exemplos de empresas que também têm se posicionado e sido criticadas nas redes sociais pelo modo de se expressar. Esse debate conduz esta questão para o campo ético das organizações, em que todas as instituições precisam ter uma imagem a ser apresentada e gerida. Através do que foi exposto neste artigo, pode-se questionar a forma como as empresas têm conduzido temas de debate, e como isso afeta seu *ethos*. Será a hora de reconsiderar a forma como organizações e público interagem *online*?

REFERÊNCIAS

CAREGNATO, R.C.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto - Enfermagem*, v.15, n.4, 2006.

³⁰ Trecho de texto integrante da fanpage da Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1498318916897870/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

³¹ Trecho de texto integrante da fanpage da Alezzia (www.facebook.com/AlezziaMoveis). Disponível em: <<https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1497252850337810/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 de abril de 2017.

FIORINDO, P. P. O ethos nos estudos discursivos da ciência da linguagem. *Revista Pandora Brasil*, n.47, 2012.

HABIB, P. P. *O ethos na argumentação: análise discursiva de uma carta-protesto de Sobral Pinto ao Presidente Costa e Silva*. Minas Gerais, 2008.

KOMESU, F. Liberdade de expressão: Espaços e fronteiras da "liberdade de expressão" em blogs na internet. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v.49, n.2, 2010.

MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (org.). *Introdução à Linguística: domínios e fronteiras*, Vol. II, 3. ed. São Paulo: Cortez, 2003. Cap. 4, p. 113-156.

RECLA, A. Análise do Discurso em questão: A construção do ethos discursivo em discursos indígenas. *VERBUM – Cadernos de Pós-Graduação*, n.1, 2012.

WEINMANN, A. O.; CULAU, F.V. Politicamente correto: Notas sobre o politicamente correto. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, v.14, n.2, 2014,