

MULTIFACES DE GRETA: ADOLESCÊNCIA, ATIVISMO E INSPIRAÇÃO

GRETA'S MULTIPLE FACES: ADOLESCENCE, ACTIVISM AND INSPIRATION¹

Juliana Doretto¹
Vander Casaqui²

RESUMO

Este artigo analisa as imagens de Greta Thunberg, adolescente e ativista do meio ambiente, em sua presença midiática na rede social *Instagram*. O quadro teórico trata da questão da adolescência em perspectiva sociocultural; discute os sentidos da prática ativista no contexto globalizado da comunicação; e reflete sobre a cultura da inspiração nesse contexto. A metodologia está baseada na proposta de Landowski, na expressão imagética de identidade e diferença; e nos contratos comunicativos de Charaudeau. Entre as conclusões do estudo, destacamos as contradições da condição de adolescente de Greta, de seu papel político e da projeção global de sua imagem como líder inspiradora.

PALAVRAS-CHAVE

adolescência; inspiração; análise do discurso; comunicação midiática.

ABSTRACT

This article analyzes images of Greta Thunberg, a teenager and environmental activist, in her mediatic presence on the social network *Instagram*. The theoretical framework deals with the issue of adolescence from a sociocultural perspective; discusses the meanings of activist practice in the globalized context of communication; and reflects on the culture of inspiration in that context. The methodology of analysis is based on

1 Professora no Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas; doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. E-mail: jdoretto@gmail.com

2 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo; Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com Pós-Doutoramento pela Universidade Nova de Lisboa. Bolsista do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - Brasil (processo no. 303434/2019-8); e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo no. 2019/14365-7. E-mail: casaquivander@gmail.com

Landowski's proposal, on the imagery expression of identity and difference; and in Charaudeau's communication contracts. Among the study's conclusions, we highlight the contradictions of Greta's adolescent condition, of her political role and of the global projection of her image as an inspiring leader.

KEYWORDS

adolescence; inspiration; discourse analysis; media communication.

INTRODUÇÃO

Este estudo analisa os modos de presença midiática (LANDOWSKI, 2002) da jovem ativista sueca Greta Thunberg, em um momento em que ela já se estabelece como líder global, identificada principalmente com as questões relativas ao meio ambiente, mas também inserida no processo de projeção-identificação (MORIN, 2007) de jovens ao redor do planeta. Ser adolescente, ser ativista, ser uma pessoa “comum” e ser uma agente global que “inspira” seus seguidores; esses extremos se encontram na galeria de imagens do *Instagram* - o objeto de estudo -, que produzem significados sobre Greta, para serem consumidos nas redes sociais. Procurou-se identificar e discutir as várias faces de Greta na rede social, por meio de um processo de categorização e análise crítica, que tem como base metodológica o olhar para a materialidade da linguagem visual e suas ancoragens referenciais, bem como os contratos comunicativos (CHARAUDEAU, 2013) propostos a partir das imagens. A questão que norteia essa pesquisa é: quais os significados atribuídos a Greta Thunberg por meio da galeria de imagens que compõem seu perfil na rede social *Instagram*? Como essas imagens narrativizam a sua vida e produzem o imaginário do que é ser jovem, do que é o ativismo ambiental, e de como sua figura está associada à cultura da inspiração?

A pesquisa que se desenvolveu a partir das imagens de Greta Thunberg no *Instagram* contribui para o debate comunicacional ao analisar a entrada em cena midiática de um ícone do ativismo contemporâneo potencializado pelas mídias digitais e os paradoxos resultantes desse processo de midiatização - que entrelaça bandeiras ecológicas, exposição da intimidade e questões relativas à vida juvenil. Esses paradoxos não se restringem a essa personagem; são questões que envolvem o ativismo digital, a personificação de causas sociais e a celebração de atores políticos potencializada pela difusão e circulação das imagens nas redes digitais.

Segundo Castells (2013), os movimentos sociais se originam na “injustiça” constituinte das sociedades e nas aspirações pela transformação dessa realidade. Castells destaca que os ativismos atuais (e provavelmente de épocas anteriores) se organizam a partir de expoentes e multidões de seguidores, gerando por vezes a ação coletiva que se estabelece na confluência de “agendas políticas, ideológicas e pessoais” (CASTELLS, 2013, p. 14). Além disso, o autor afirma que, no século XXI, esses movimentos se caracterizam também pelo uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Nesse sentido, foram encontrados trabalhos recentes que discutem o espectro amplo do ativismo digital no entrecruzamento do *Instagram* e da comunicação em torno de Greta nessa plataforma, que evidenciam essa combinação entre a dimensão emotiva e individual e as pautas e organizações coletivas.

Nesse cenário, Sorce (2022) aponta para o “Efeito Greta” na mobilização transnacional de jovens em defesa das causas ambientais. A hiper-visibilidade das representações visuais do movimento liderado por Greta, o *Fridays for Future* (FFF), que investe em narrativas sobre o futuro para promover o engajamento, baseia-se fortemente na identificação com a imagem da jovem ativista sueca por meio de redes conexonistas. Díaz-Pérez, Soler-i-Martí e Ferrer-Fons (2021) reforçam o impacto da ascensão de Greta Thunberg, principalmente a partir de 2019, na capacidade de mobilização política e midiática do movimento climático global. Os autores explicitam o uso da imagem mítica e heroica de Greta como elemento predominante nas postagens em redes sociais do movimento FFF; no entanto, destacam o papel fundamental de ações e movimentos locais, caracterizando assim uma ação glocal para a transformação climática.

Em outro espectro, Haastrup (2022) analisa perfis de três “celebridades” ambientais dinamarquesas - incluindo um ativista, um influenciador digital e um político tradicional, para identificar como se dá a personificação da causa climática no Instagram. A autora indica que essa perspectiva é uma das faces menos pesquisadas da comunicação ambiental. O artigo, mais próximo da presente abordagem, estuda como a autoapresentação desses atores se funda em uma lógica de autenticidade e de mobilização de afetos. Nesse sentido, o pessoal se torna político e estratégico. As narrativas de vida das celebridades configuram a causa climática envolta por emoções, como a “ansiedade climática” (HAASTRUP, 2022, p. 80), para “inspirar” a mudança de estilo de vida em termos sustentáveis.

Este trabalho também se filia ao campo da comunicação em suas conexões com os estudos de consumo, por não considerar essa noção restrita às práticas de aquisição de mercadorias. entende-se, por meio da obra de Bauman (2008), que *a vida se articula às lógicas de consumo*: especialmente quando tratamos de sujeitos que servem aos processos de projeção-identificação discutidos por Morin (2007), ou seja, dos semideuses contemporâneos, seguidos por milhões de pessoas, a presença midiática é pensada de forma estratégica, pois suas imagens estão inseridas num circuito de redes e afetos, que implica a produção e também o consumo simbólico e cultural da imagem pessoal e daquilo que ela representa.

Em um primeiro nível dessa discussão, entende-se que a imagem de Greta está associada a modos de ser adolescente, e isso inclui tanto estilos de consumo quanto o estilo de vida que ela publiciza nas redes. Dessa forma, o ambientalismo aplicado de Greta tem conexão com suas práticas de consumo cotidianas, suas formas de lazer, sua vida de estudante, sua intimidade - e tudo isso tem um caráter político, pois pode servir de modelo a milhões de jovens que seguem seus passos nas redes sociais. A vida, em sentido amplo, se oferece para o consumo simbólico nesse ambiente, que se configura por meio de um imaginário de comunidade, de partilhas, experiências e interesses comuns: essa é a lógica da “sociedade de consumidores” discutida por Bauman (2008).

Associaram-se esses processos de consumo da imagem de Greta com a cultura da inspiração, conforme Casaqui (2017). Essa cultura pressupõe o contrato comunicativo entre quem enuncia, se vê e é visto como “inspirador”; e uma audiência que quer, ou que é vista como “inspirada”. Esse processo fica evidente no modelo paradigmático dessa cultura, o palco dos TED Talks - o evento de palestras que serve de inspiração para milhões de pessoas, com uma audiência expandida, para além da presença física nos locais de sua realização, como será visto a seguir. O que essencialmente caracteriza a cultura da inspiração é o caráter estratégico da presença de si no palco midiático, um modo esquemático de narrativizar a experiência e as ideias do orador com o objetivo de produzir certo efeito sob a audiência: o convencimento, a emoção e a sensibilização são elementos identificados com a capacidade dos palestrantes de promover a inspiração.

IMAGENS DE GRETA: PROCESSOS DE CONSUMO E INSPIRAÇÃO

“Eu não deveria estar aqui. Eu deveria estar na minha escola, do outro lado do oceano. [...] Vocês roubaram meus sonhos e minha infância com suas palavras vazias. E, ainda

assim, eu tenho que dizer que sou uma das pessoas com mais sorte [nesta situação].” Foi lamentando o fato de não estar em seu colégio que Greta Thunberg, então com 16 anos, discursou na abertura do Encontro de Cúpula sobre Ação Climática, da ONU, no dia 23 de setembro de 2019. A jovem sueca, nascida em 2003, ganhou projeção mundial em 2018, quando, em uma sexta-feira, ela faltou às aulas para protestar, em frente ao Parlamento da Suécia, contra os incêndios que afetavam o país, causados por ondas de calor incomuns. Ela segurava um cartaz que dizia, em sueco: “Em greve escolar pelo clima”. O ato aparece em seu perfil na rede social *Instagram*, no dia 20 de agosto de 2018 (Figura 1). A página teve sua primeira publicação em 1 de junho de 2018 e até essa foto o perfil tinha apenas 18 publicações: na maioria, a jovem aparecia com seus cães, além de divulgar um protesto contra o abate de animais e uma reprodução da chamada de um site noticioso sueco para um artigo seu (publicado a partir de concurso promovido pela empresa jornalística). Até então, as publicações no seu perfil não tinham descrições, ou, quando havia, elas estavam em sueco. Diagnosticada com síndrome de Asperger, um transtorno do espectro autista, a sueca é filha de uma reconhecida cantora de ópera e de um produtor cultural³.

Figura 1 – Publicação de Greta Thunberg em seu Instagram



Fonte: Thunberg (2018b).

A partir da divulgação do protesto pela imprensa nacional e internacional, outros jovens ao redor do mundo adotaram a mesma atitude (protestando pelas redes sociais), o que deu início ao movimento chamado “Sextas para o Futuro” (*FridaysForFuture*, em inglês). Em 2018, sua página na rede social acompanha o crescimento de seu ativismo: as fotos de Greta com o cartaz aparecem a cada sexta-feira (em imagens realizadas por alguém, que não ela própria), aliadas a outras em que ela dá entrevistas ou aparece em

reportagens. As descrições das fotos começam a aparecer em inglês, ainda que várias continuem a ser feitas em sueco. Em dezembro daquele ano, surge ainda uma fotografia da gravação de sua fala em um TED Talk⁴ e imagens de sua participação na 24^a Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP24) na Polônia, em que realizou um discurso e também apareceu ao lado do secretário-geral da ONU, António Guterres. São cerca de 130 imagens.

No *Instagram*, em 2019, pouco mais de 350 fotos registram a consolidação da figura de Greta como ativista ambiental, englobando recebimento de prêmios; chamadas para quatro edições de Greves Globais pelo Clima (com fotos dessas manifestações ao longo do mundo); entrevistas e capas de revistas com sua imagem (incluindo a americana *Time*, que a elegeu personalidade do ano); discursos nos EUA (e registros de sua viagem de barco da Suécia até lá, para evitar o transporte aéreo), na França, na Austrália, no Fórum Econômico Mundial e em nova edição da COP; e encontros com figuras como o papa Francisco, o ex-presidente norte-americano Barack Obama e a antropóloga Jane Goodall, além de seu discurso nas Nações Unidas, na Cúpula sobre Ação Climática. Essas ações, que lhe renderam ainda a indicação ao Prêmio Nobel da Paz nesse ano, se misturam a registros de sua vida cotidiana e são acompanhadas hoje por 10,6 milhões de usuários no *Instagram*. A ativista também tem presença no *Facebook*, com 2,9 milhões de seguidores (como a rede social denomina as pessoas que seguem as publicações de uma personalidade), e no *Twitter*, com 4 milhões de seguidores.

Greta Thunberg é uma adolescente que serve de modelo a outros jovens e adultos pela difusão midiática de sua imagem: a sua conexão com a cultura TED (Figura 2) reforça esse papel de líder inspiradora, característico de uma cena contemporânea, no contexto de um mercado de ideias (ANGENOT, 2010). Outros discursos seus midiáticos servem a propósito semelhante, de “inspirar” a transformação social. Neste trabalho, foi dada ênfase ao papel das imagens do *Instagram*, que obviamente estão inseridas em contextos e possuem ancoragens referenciais (textos verbais que muitas vezes servem ao direcionamento dos significados possíveis), mas que não evitam as apropriações, as leituras dissonantes, e até a resignificação dessas imagens para inserir os sujeitos em circuitos de afetos de ódio.

Figura 2 – Imagem da apresentação de Greta Thunberg no TEDx Stockholm



Fonte: Thunberg (2018a).

É nesse cenário que as fotografias publicadas por Greta em seu *Instagram*, sua rede social com maior público, são estudadas neste trabalho. Para isso, analisaram-se as imagens que receberam mais de 1 milhão de “curtidas” desde o início do perfil, somando 33 fotos⁵ (foram desconsiderados os vídeos, tendo em vista que seria necessário um novo esforço investigativo, pela natureza diversa desse tipo de publicação). A seleção deu-se não apenas pela repercussão das publicações, mas também pela demonstração de que essa amostra representa tendências mais gerais dos *posts* realizados na página de Greta, em observações prévias que foram realizadas das mais de 500 imagens divulgadas nesse perfil.

A ADOLESCÊNCIA E O “MUNDO NOVO”

O período da vida que se encontra entre a infância e a adultidade, cuja origem remonta à transição do século 19 para o 20, é definido por seu caráter de moratória social (GOBBI, 2012; PARGA, 2003), ou de “espera”: os adolescentes seriam aqueles que, apesar de já estarem preparados em sua força física para a entrada no mundo dito adulto, são proibidos de fazê-lo, por serem considerados ainda imaturos mentalmente para essa atuação. A preparação escolar, antes destinada apenas às crianças, passa então a fazer parte também desse grupo, como forma de deixar os jovens prontos para atuar no mercado laboral e assumir as responsabilidades do casamento – o que antes poderia ocorrer logo após o fim da infância, quando as crianças deixavam os bancos escolares.

Por conta dessa moratória, Bourdieu diz que são “posições quase exteriores ao universo social que definem a condição de adolescente”. É por ordem dos adultos que esses sujeitos devem ficar no ambiente escolar, em fase de preparação cognitiva, e são também os mais velhos que decidem quais são os poucos espaços além dos muros dos colégios onde os jovens podem atuar: “Parece que um dos efeitos mais fortes da situação de adolescente se deriva dessa espécie de existência separada que o situa como alguém socialmente à margem” (BOURDIEU, 2011, p. 45; grifo do autor, tradução nossa).

Esse cenário, analisado por Bourdieu no fim dos anos 70, sofreu mudanças nas últimas décadas, com relacionamentos mais democráticos entre as gerações (há inversões na transmissão de certos conhecimentos, com os jovens ensinando aos adultos a lidar com as novas tecnologias, por exemplo, e posturas parentais menos rígidas), mas essa estrutura não se altera em sua base: “As crianças, os adolescentes e os jovens continuam distantes e excluídos de certas práticas sociais e políticas, permanecendo em espaços sociais próprios. Há uma maior liberdade e autonomia para as crianças e para os jovens, mas o poder do adulto permanece” (SALLES, 2005, p. 40, grifo nosso).

Por conta dessa condição, Calligaris (2009) aponta que a adolescência é também um processo alimentado pela busca por autenticidade e reafirmação. O adolescente passa por um período em que ele reexamina seu pertencimento ao mundo e aos valores adultos: já que não pode fazer parte desse universo, ele o combate, e busca se diferenciar dele. “O jovem precisa diferenciar-se não só dos pais, mas também da cultura na qual cresceu, e só pode fazê-lo isolando-se dela e quebrando os elos de dependência” (BECKER, 2003, p. 63-64). Essa postura rebelde é, paradoxalmente, incentivada pelos próprios adultos, tendo em vista que, ao mesmo tempo em que impedem a autonomia do jovem, cobram dele o desenvolvimento da sua independência, a ser atingida durante esse período moratório: “O adolescente é levado a concluir que o adulto quer dele revolta. E a repressão só confirma nele essa crença, apenas acrescentando a constatação de que o adulto repressor é hipócrita” (CALLIGARIS, 2009, p. 30).

Os adultos olham para a adolescência como um período repleto de prazer, por conta da ausência laboral e das possibilidades de mudança. Por conta disso, a idealizam, e impõem essa fantasia aos jovens. Os adolescentes devem, portanto, se comportar de acordo com esse padrão imaginado. “Se a adolescência é um ideal para todos, ele só pode ter a delicadeza de ser feliz ou, no mínimo, fazer barulhentemente de conta” (CALLIGARIS, 2009, p. 18). Nesse processo, os produtos da indústria cultural passam

a ser fundamentais, pois as criações classificadas como “jovens” trazem agora esse arcabouço de valores que ligam a adolescência a uma fase de felicidade: “A mídia, juntamente com as técnicas de propaganda e de publicidade, desenvolveu um novo perfil de adolescente. Ele foi transformado em um clichê, um slogan, uma fórmula, como se simplesmente consumir garantisse uma vida prolongada e cheia de prazeres” (GOBBI, 2012, p. 113). Dessa maneira, os adultos também podem consumir esses valores, e se mostrar ao mundo mais jovens, mais alegres, mais despreocupados. Esse é o processo de juvenilização da cultura.

Assim, como Morin (2006, p. 40, grifos do autor) afirma, a cultura juvenil não é produzida fora do sistema social instaurado, mas, ao contrário, o retroalimenta – “pode-se dizer esquematicamente que esta cultura é criada pela adolescência, mas que ela é *produzida* pelo sistema”. Ao consumir esses produtos e se identificar com eles, os jovens, portanto, reproduzem o sistema dominante, estando integrados a ele. A rebeldia dessa cultura deve ter exata medida e seguir certos moldes, preestabelecidos socialmente: “[...] o adolescente se torna um ideal para ele próprio. Ele é empurrado pelo olhar admirativo dos adultos a se tornar cada vez mais a cópia de seu próprio estereótipo” (CALLIGARIS, 2009, p. 73). Associando esse pensamento à afirmação de Bourdieu, nota-se, portanto, que a cultura juvenil, de modo geral, não altera o caráter “à margem” do adolescente, já que não modifica os espaços em que ele pode atuar, mas, ao contrário, cria territórios de consumo nos quais os jovens podem estar.

Nesse processo, os jovens buscam, em seu processo de construção identitária, se aproximar de certas figuras que os possam “inspirar”, servindo a eles como “modelo” – e isso também se dá por meio do consumo. Essas ações, segundo Becker (2003), se dão tanto em esferas menores, no chamado grupo de pares, em que os jovens se unem em pequenos coletivos que compartilham visões de mundo (associadas a gostos e hábitos), mas também em relação a personalidades públicas (como Greta Thunberg), cujas ações muitas vezes se transformam em objetos de consumo (tais como as fotos divulgadas pela ativista em seu *Instagram*), muitas vezes ligados às culturas juvenis. Nesse sentido, além de inspiradora, Greta também demonstra ser inspirada, como é possível ver em imagens suas no *Instagram* com outros ativistas e líderes reconhecidos pela luta ambiental ou dos direitos dos adolescentes. Isso revela o caráter dialógico da inspiração, como será visto melhor a seguir: o inspirador, para se constituir como legítimo, em seu

lugar de fala, também necessariamente revela suas inspirações, que servem de salvo-conduto para suas ideias.

Porém, segundo Morin, há também brechas nesse movimento: no processo de integração ao sistema a dissidência e revolta são “filtradas”, mas nem sempre são eliminados “todos os fermentos corrosivos” – que, no caso, se associavam aos valores da contracultura dos anos 60, processo a partir do qual Morin olhava para a adolescência. A partir disso, o autor observa, então, o crescimento vultoso, apesar de difuso, de um movimento em que os jovens clamam por serem considerados iguais aos adultos “em direito e em liberdade” (MORIN, 2006, p. 141). Esses adolescentes reivindicam o seu “direito à palavra” (MORIN, 2006, p. 141) entre os mais velhos, numa clara ânsia de mudar estruturalmente seu papel na sociedade. Entende-se que é o que Greta faz em seu ativismo, ao querer participar de cenários de decisão, ao mesmo tempo em que reflete valores de um processo social maior, marcado pela negação da sociedade de consumo, do mesmo modo como os jovens dos anos 60/70 faziam, ao espelhar os dizeres da contracultura.

Por fim, Becker (2003, p. 59) ressalta o fato de que nem todas as adolescências são vividas da mesma forma. “O jovem de classe mais pobre já chega à adolescência com grandes desvantagens: atravessa-a com muita dificuldade, frequentemente sem poder nem sequer pensar em conflitos familiares, sexuais ou mudanças no corpo, pois têm necessidades básicas mais prementes”. Do mesmo modo, Morin, ao olhar para o movimento estudantil da virada dos anos 60 para os 70, demonstrava como esse grupo, por estar mais próximo à “*intelligentsia*” da época, voltava seu poder contestador para a identificação de problemas centrais da sociedade. Ou seja, por serem jovens de muita potência revolucionária (cuja existência imediata já estava garantida pelas condições familiares, e por estarem em contato com adultos bastante críticos), conseguiam identificar os gargalos mais fundamentais do cotidiano, ao contrário dos mais pobres, que têm preocupações pragmáticas. Mas Morin (2006, p. 155) já alertava para o fato de que esses jovens diziam (ao lado dos intelectuais) que o mundo que conhecemos vai acabar, “sem que necessariamente surja um mundo novo”.

Greta, assim como os estudantes para os quais Morin olhava, é uma adolescente que faz parte da nossa *intelligentsia* (vinda de um rico país nórdico, branca, de família letrada e de classe média) e que também consegue espelhar dilemas mais estruturantes da vida moderna. Até que ponto, no entanto, os adultos não pedem aos jovens que inventem um “mundo novo”, sem que tenham ajuda para ver que, para isso, mais elementos têm

de ser destruídos (inclusive alguns que estruturam suas próprias vidas)? Ou o discurso renovador dos jovens já acalenta apenas pela sua potência de renovação (e pelos “fermentos corrosivos” que escapam), ainda que se saiba que ele sempre se reintegrará ao sistema posto? Falaremos mais sobre isso no tópico a seguir.

ANÁLISE: AS MULTIFACES DE GRETA NO *INSTAGRAM*

A perspectiva metodológica aplicada a esta análise se articula em dois pontos: em primeiro lugar, na observação da retórica da imagem, mais especificamente nos modos de presença que produzem significados de identidade e de alteridade. Como aponta Landowski (2002, p. X, grifo do autor):

[...] se o ‘discurso’ (verbal, claro, mas também o do olhar, do gesto, da distância mantida) nos interessa, é porque ele preenche não só uma função de signo numa perspectiva comunicacional, mas porque tem ao mesmo tempo valor de ato: ato de geração de sentido, e, por isso mesmo, ato de presentificação. Daí essa ambição talvez desmedida: a semiótica do discurso que gostaríamos de empreender - a do discurso *como ato* -, deveria ser, no fundo, algo como uma poética da presença.

A proposta de Landowski envolve um diálogo tanto com a semiótica quanto com a antropologia; sua reflexão sobre a identidade, sobre a presença do “eu”, parte da reflexão sobre o Outro, a figura do Terceiro, o “tu” que é constituinte da cena dialógica. Nesse sentido, as imagens de Greta Thunberg não se referem somente a si, mas são indissociáveis da trama em que se enreda sua atuação político-ambientalista, por estarem em situação, ou seja, em diálogo tanto em processos de identificação quanto na demarcação das diferenças e nos embates com esse Outro, que é parte do cenário dos movimentos ambientalistas. Seguindo a trilha proposta por Landowski (2002), a presença midiática de Greta no *Instagram* é traduzida em expressões faciais, em afetos traduzidos em linguagem corpórea, em enquadramentos de cena, em códigos cromáticos, na proximidade com certos sujeitos e distanciamento de outros, em inúmeros recursos visuais produtores de sentido, que possuem um caráter estratégico. As escolhas ali presentes corporificam um diálogo pressuposto com sua audiência, e mobilizam sentidos de si, do “nós” e de seu Outro. Dessa forma, entende-se a noção de estratégia na perspectiva de “[...] uma problemática das relações intersubjetivas vivenciadas, tais como se manifestam em um conjunto de discursos e de práticas empiricamente observáveis” (LANDOWSKI, 2002, p. 31).

Em segundo lugar, esse jogo de imagens, de olhares, de demarcação de identidade e de alteridade são constituintes dos contratos comunicativos (CHARAUDEAU, 2013) presentes nessa rede social, na configuração de papéis de enunciadores e enunciatários, e do que está implícito nessa relação, que tem um caráter “inspirador”. A observação de que as imagens não são produzidas por ela, mas sim por um outro que pensa estrategicamente na entrada na cena midiática de Greta, reforça essa intencionalidade de produzir significados como figura pública e líder inspiradora, pouco depois do início de suas postagens no *Instagram*. De acordo com Landowski, “[...] o jogo político - como a vida pública em seu conjunto - continua a se desenrolar induzindo certos efeitos de presença que dependem das modalidades de sua encenação” (LANDOWSKI, 2002, p. XIII, grifos do autor).

Partindo dessas proposições, a análise foi desenvolvida tendo como ponto de partida a observação e categorização das imagens de Greta no *Instagram*, caracterizando-as como regimes de presença, com efeitos específicos em relação à representação da líder ambiental, a “pessoa política” assinalada por Landowski. A análise das fotografias publicadas no perfil da ativista sueca, cuja repercussão somou mais de um milhão de “curtidas”, revela três grandes categorias de publicação, que se ligam à forma como Greta constrói sua representação no *Instagram*, oferecendo-se como figura a ser midiaticamente consumida, de forma a inspirar ações e comportamentos (inclusive nos jovens brasileiros). São elas: sua condição idealizada de adolescente; seu enfrentamento dos adultos; e, por último, a dissolução do *self* da ativista.

A primeira das categorias envolve o que entende-se por sua *condição idealizada de adolescente*: são imagens em que ela aparece em sua intimidade, divertindo-se a caminho de um evento político; voltando para casa; posando com seus cachorros; e falando sobre o fato de ser jovem ou de ter sido diagnosticada com Asperger. Nesse caso, Greta assume o papel social tradicionalmente direcionado aos adolescentes, como aqueles que usufruem de um período de preparação para o mundo adulto, repletos de momentos de prazer e alegria, longe das obrigações laborais (ainda que elas perpassem esses momentos). Ela reproduz assim a condição idealizada como os adultos interpretam a adolescência, em que a rebeldia igualmente esperada não pode romper com a necessidade de o jovem ser obrigatoriamente feliz, como diz Calligaris (2009).

Nas Figuras 3 e 4, a jovem aparece em Estocolmo, com seus cães, durante o mês de dezembro. Na primeira imagem, a legenda é “De volta para casa” e, na segunda

(Figura 4), a mensagem é para que nos lembremos de “tomar conta” de nós mesmos e do “bonito planeta em que vivemos”. Nessas fotos, Greta sorri, numa postura mais relaxada e alegre.

Figuras 3 e 4 – Publicação de Greta Thunberg em seu Instagram, nos dias 17 dez. 2019 (à esq.) e 25 dez. 2019 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019b, 2019e).

O mesmo comportamento pode ser notado nas Figuras de 5 a 9, em que Greta aparece olhando para a câmera, com olhar suave, ocupando quase todo o quadro e sorrindo. O olhar dirigido ao outro o inclui na cena, revelando cumplicidade, intimidade, a ideia de um sentimento comum, de uma ideia de “nós” que rege o contrato comunicativo. Na primeira foto (Figura 5), em *post* sem identificação de lugar (mas no mar, em sua viagem de veleiro aos EUA), ela se defende de críticas em relação à sua síndrome (usa a *hashtag* #aspiepower, ou poder de Asper), ao mesmo tempo em que tece considerações sobre o modo displicente como crianças e jovens são tratados pelos adultos em nossa sociedade:

Aqui vamos nós de novo... Como você deve ter notado, os odiadores estão mais ativos do que nunca - indo atrás de mim, minha aparência, minhas roupas, meu comportamento e minhas diferenças.

Eles criam todas as mentiras imagináveis e teorias da conspiração. Parece que eles cruzarão todas as linhas possíveis para evitar o foco, pois estão desesperados para não falar sobre o clima e a crise ecológica.

Ser diferente não é uma doença e a melhor ciência atual disponível não é opinião - são fatos. Sinceramente, não entendo por que os adultos escolhem passar o tempo zombando e ameaçando adolescentes e crianças por promoverem a ciência, quando poderiam fazer algo de bom. Eu acho que eles devem simplesmente se sentir tão ameaçados por nós [...].⁶ (THUNBERG, 2019d, tradução nossa).

Na Figura 9, ela agradece aos votos de feliz aniversário que recebeu, em publicação novamente sem identificação de lugar; nas Figuras 6 e 7 ela aparece em diferentes locais dos EUA (Denver, no dia 10 de dezembro, e, no dia 12 de dezembro, “apreciando a natureza espetacular de Wyoming, Idaho e Montana”), em sua série de eventos pelo país, usando inclusive a *hashtag* #slowtravel (viagem lenta); e na Figura 8 ela está em Lisboa, falando novamente sobre o ódio e o *bullying* contra as crianças que “se comunicam e agem de acordo com a ciência”⁷. São, portanto, momentos íntimos, em que ela parece dialogar com seus apoiadores (que imagina-se serem sobretudo adolescentes, pelas ancoragens textuais⁸), mostrando momentos de sua vida mais pessoais, porém não desconectados totalmente de sua atividade política, tendo em vista que eles muitas vezes acontecem em meio a aparições ativistas.

Figuras 5 e 6 - Publicações de Greta Thunberg em seu *Instagram*, nos dias 25 set. 2019 (à esq.) e 10 out. 2019 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019d, 2019i).

Figuras 7, 8, 9 – Publicações de Greta Thunberg em seu Instagram, nos dias 12 out. 2019 (à esq.), 4 dez. 2019 (centro) e 3 jan. 2020 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019c, 2019k, 2020b).

Esse mesmo posicionamento sereno está na imagem em que aparece com outra ativista adolescente, a paquistanesa Malala, ganhadora do prêmio Nobel da Paz, a quem ela chama de “modelo” (Figura 10), ou seja, de figura *inspiradora*. Trata-se, portanto, de um evento político e, ao mesmo tempo, de um encontro entre adolescentes, entre pares que se compreendem e se apoiam. Aparece, portanto, novamente a Greta adolescente, leve e divertida, que dialoga com outros como ela, em quem encontra suporte, se permitindo assim atuar de acordo com as premissas dominantes de “ser jovem” na sociedade contemporânea: o ímpeto (controlado) por mudanças não deve retirar sua condição de felicidade, que ela encontra quando está entre pares. O olhar inclusivo das duas está dirigido a esse outro, multiplicado pelas bandeiras que ambas representam: do meio ambiente à educação, sugere-se uma ampla comunidade, uma rede de pessoas (sobretudo jovens como elas) que correspondem afirmativamente à mirada afetuosa e desarmada das duas ativistas.

Figura 10 – Publicação de Greta Thunberg em seu Instagram, no dia 25 fev. 2020



Fonte: Thunberg (2020a).

Essa postura contrasta bastante com a forma como Greta se coloca em atos que tomam lugar em esferas tradicionais do mundo adulto ou quando se dirige a seus críticos mais velhos. São representações situadas na dimensão da segunda categoria de fotos: o enfrentamento dos adultos. As publicações abaixo ilustram esse processo: na Figura 11, ela aparece “a caminho da ONU” (THUNBERG, 2019g, tradução nossa), enquanto a Figura 12 traz o seu discurso durante a Cúpula sobre Ação Climática: “Vocês estão falhando conosco. Mas os jovens estão começando a entender sua traição. Os olhos de todas as gerações futuras estão sobre vocês. E, se vocês escolherem nos deixar, eu digo que nunca iremos perdoá-los [...]” (THUNBERG, 2019m, tradução nossa)⁹.

A comparação das duas fotografias explicita a transformação do circuito de afetos e os jogos de cena a partir do olhar: se, na Figura 11, o olhar permanece inclusivo e complacente, que constitui simbolicamente a interação do “nós”, excluindo o Outro da cena; na imagem 12 o Outro é violentamente pressuposto pela manifestação física que remete ao ódio, à demarcação da diferença, ao distanciamento - a ausência de cor na foto reforça essa transformação do estado de alma, das paixões identificadas com a figura de Greta. Ao mesmo tempo, há a pressuposição do contrato entre quem é olhada e quem olha para a cena, a audiência que compartilha o mesmo sentimento da ativista em fúria. Essa implicação daqueles que são representados por Greta não é concretizada por um olhar direto da ativista, e sim pela identificação com o afeto da indignação direcionado ao Outro contra o qual ela se insurge em seu discurso. Esse Outro escapa ao enquadramento da imagem, mas é reconhecível pela ancoragem referencial da linguagem verbal, pelo contexto - no caso, o interlocutor imaginado pela narrativa

de Greta, o adulto que está em instâncias decisórias e que não compartilha com suas preocupações ambientais.

Figuras 11 e 12 – Publicações de Greta Thunberg em seu Instagram, no dia 23 set. 2019



Fonte: Thunberg (2019g, 2019m).

O mesmo olhar cerrado e as mãos quase sempre cruzadas estão nas Figuras de 13 a 15: na Figura 14, ela recusa o recebimento de um prêmio (ela está em viagem e não pode recebê-lo); além disso, “o movimento a favor do clima não precisa de mais prêmios”¹⁰; na Figura 15, no *Halloween*, ela diz que não precisa se fantasiar para assustar os que negam a crise global. O olhar dirigido ao outro é desafiador, e os braços cruzados explicitam o enfrentamento desse Outro, o motor de suas ações, que é o elemento motivador de seu ativismo. Aqui, Greta assume a figura da adolescente que, para estar nas esferas decisórias da sociedade adulta, precisa assumir uma postura dura, de quem “não deveria estar aqui”, como ela disse em seu discurso da ONU.

Como diz Morin (2006), o discurso da adolescente reflete as incongruências que formam a “classe de idade” dos adolescentes, recortados no que ele chama de “movimento estudantil”. Esses jovens, que fazem parte da “*intelligentsia*” da sociedade, são parte fundamental da reprodução dos valores sociais e, ao mesmo tempo, querem romper com o modo dos adultos de ver e gerir o mundo – tido como ultrapassado e mentiroso. No entanto, eles vão necessariamente constituir a idade adulta, na sequência de sua vida, e assim se preocupam com sua fase de preparação escolar.

Por isso Greta, ao mesmo tempo em que quer propor um (pseudo) novo pacto social, o faz com postura agressiva. Isso acontece não apenas porque ela enfrenta críticas duras em seu ativismo, mas porque se irrita por ter de perder seu estatuto adolescente (e infantil), para estar no mundo adulto decisório: por isso diz aos governantes que eles

roubaram seus sonhos e sua infância. A promessa era de que ela poderia, por ser adolescente, se divertir com seus cachorros e se preocupar com as tarefas escolares, e não ter de “salvar o mundo” da crise ambiental. Esse comportamento, no entanto, contradiz a ânsia adolescente de sair do período moratório e se integrar ao mundo adulto, e, nos casos dos jovens mais engajados, transformar certas posições sociais destinadas a eles. Isso faz dessa fase da vida um período em que tendências e contratendências (MORIN, 2006, p. 132) se misturam, como mostramos anteriormente.

Figuras 13 e 14 – Publicações de Greta Thunberg em seu Instagram, nos dias 2 out. 2019 (à esq.) e 29 out. 2019 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019f, 2019j).

Figuras 15 e 16 – Publicações de Greta Thunberg em seu Instagram, nos dias 31 out. 2019 (à esq.) e 11 dez. 2019 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019h, 2019l).

Na Figura 16 o enfrentamento do Outro ganha um caráter mítico, numa imagem que reforça o lugar da líder visionária e inspiradora, imersa na natureza que defende. Essa

integração entre corpo e meio ambiente, assim como o filtro da fotografia que ressalta o caráter onírico da imagem, produz o sentido do *Olimpiano* discutido por Morin (2007) no movimento da neurose da cultura de massas (o imaginário que produz a projeção-identificação com os semideuses derivados da cena midiática), ao mesmo tempo que é herdeira da contracultura derivada do movimento da *necrose* dessa cultura - das fissuras da indústria cultural, das ondas de choque que emergem em contraponto ao sistema capitalista, entre eles os movimentos ambientalistas. A cultura da inspiração, dessa forma, se expressa na imagética que Greta compartilha, da capa da Revista Time que anuncia a sua eleição como “*Person of the year*” (“personalidade do ano”), como personificação do “poder da juventude”. Essa é a face transcendente de sua atividade de enfrentamento dos adultos.

Por fim, apresenta-se agora a terceira categoria, em que se pode ver imagens de manifestações de rua, entre outras cenas compartilhadas no *Instagram* de Greta Thunberg, que tem como característica a sua ausência, contrastando com o padrão dominante de seu perfil na rede social. Nelas é notável a dissolução do *self* em favor da ideia de um “nós”, do movimento do qual a ativista pode ser representante, mas que se faz apenas mais uma em meio à multidão. Quase como uma negação do processo de celebração e personificação que identificamos em categorias anteriores, que encontra o ápice na nomeação de Greta como “personalidade do ano”, o enquadramento dessas imagens em seu *Instagram* simula o olhar da ativista para o que seria o objetivo final de seu trabalho. O contrato comunicativo aqui aprofunda a ideia política do *comum*, da dissolução dos *selves* em favor de uma causa maior, do enfrentamento coletivo do Outro, que figurativiza as ameaças ao equilíbrio ecológico do planeta e a preservação da existência humana.

Figuras 17 e 18 – Publicações de Greta Thunberg em seu Instagram, nos dias 26 set. 2019 (à esq.) e 27 set. 2019 (à dir.)



Fonte: Thunberg (2019a, 2019n).

A expressão do político a partir de Greta aponta para o que Mouffe (2015) discute: por meio da bandeira de defesa do meio ambiente e de sua condição de adolescente, zelando pelo próprio futuro e de seus pares, as noções de “consenso universal” e de bem comum se colocam acima dos antagonismos, dos conflitos inerentes à atividade política, posicionando-se acima do bem e do mal. Essa é uma característica identificável através de figuras como Greta, Malala, Al Gore (ex-candidato à Presidência dos EUA e, assim como Greta, atual ativista da causa ambiental), entre outros líderes globais produzidos pela cultura das imagens contemporâneas. Essas figuras, em essência, carregam consigo um caráter positivo ao negar o palco político tradicional, em favor de um ativismo globalizado e apoiado nas redes sociais.

CONCLUSÕES

Nas considerações finais deste artigo, dá-se destaque ao processo de constituição e das multifaces de Greta Thunberg - adolescente, ativista, líder global, “pessoa política”, em contratos de comunicação e modos de presença múltiplos. Todas as nuances apresentadas - do olhar complacente e cúmplice à fúria ativista, passando por momentos de reflexividade, de conflitos relativos ao lugar que ocupa e que gostaria de ocupar no mundo - produzem o sentido da Olimpiana, da semideusa de uma cultura das redes sociais, que atualiza o cenário discutido por Morin. Se outrora o cenário do *star system*

direcionava o olhar das multidões para os mesmos ícones, os novos mitos constituídos pela cultura de massas, hoje nota-se o sentido da multidão, de milhões de seguidores, para celebridades que coexistem em cenários diversos. Nesse espectro, cabe também a propagação da imagem de líderes associados a uma perspectiva política que procura escapar a filiações partidárias, um ativismo planetário identificado com bandeiras de “consenso universal”. Como é a causa ambientalista e o papel de Greta Thunberg nesse contexto político e midiático.

Nesse sentido, como podemos deduzir das análises apresentadas, as imagens de Greta no *Instagram* evidenciam os paradoxos do ativismo digital, como aponta Haastrup (2022), pois se apoiam na alternância entre aspectos pessoais da vida cotidiana e reflexões sobre a questão climática, incluindo convocações à ação coletiva para a mudança social. Greta é protagonista desse ativismo jovem, e as estratégias de mobilização se apoiam na sua vida como exemplo, como modelo inspirador a ser seguido. Ou seja, a visibilidade desse ativismo, que visa a transformação climática, predominantemente se centra num processo de *personificação*, por meio da figura da adolescente. Dessa forma, as inquietações de Castells (2013) se concretizam na sustentação do ideal coletivo em torno de uma individualidade *mítica* (DÍAZ-PÉREZ; SOLER-I-MARTÍ; FERRER-FONS, 2021). Em síntese, o “efeito Greta” (SORCE, 2022) na popularização da pauta ambiental em perspectiva global é sustentado pela estratégia da confluência de “agendas políticas, ideológicas e pessoais” (CASTELLS, 2013, p. 14).

Além da perspectiva ativista, nas imagens de seu *Instagram*, Greta é uma adolescente que compartilha pequenos momentos de sua intimidade, exhibe seus ídolos e instiga, de modo contrassensual (já que critica o modelo de “sociedade de consumidores” em que vive), ao consumo de um certo estilo de vida, calcado em um hedonismo vagaroso e simbiótico à natureza: é aqui que a adolescente inspira outros como ela (seus pares jovens) a disputar um lugar de fala com os adultos, propondo um “novo mundo”, ao mesmo tempo em que se diz inspirada por outros modelos. Esse movimento reproduz uma das facetas do sistema que estrutura a “classe de idade” dos adolescentes, como diz Morin (2006): os jovens se unem para enfrentar o pacto social mentiroso e mofado dos adultos, o que se concretiza em fotos de grandes manifestações, com multidões que pedem essa mudança.

Em outro grupo de imagens, no entanto, essa mesma ativista acaba por reforçar o lugar social à margem dos adolescentes, ao demonstrar irritação por ter de abandonar a

posição para a qual os jovens são tradicionalmente destinados. Ela preferiria ficar na escola, preparando-se para o mundo laboral, imersa em um ambiente idílico, a estar ali, enfrentando o Outro, o adulto. Nesse movimento, em vez de propagar a ideia de que os adolescentes podem ter os mesmos direitos decisórios dos adultos, Greta se resente por ter de estar entre eles.

Mesmo contrariada, a sueca faz esse tipo de “concessão” e “sacrifício” porque quer divulgar um modo diferente de cuidar do planeta em que habitamos. Ela, de modo similar aos estudantes do fim dos anos 60, estudados por Morin, expõe uma incoerência basilar de nossa sociedade capitalista, calcada no crescimento econômico incessante, mas sem conseguir propor um novo contrato que substitua o atual. Sua defesa da diminuição dos poluentes ou do consumo não prega a construção de um sistema totalmente diferente; seriam somente correções e reformas (ainda que significativas) no fluxo produtivo atual, como os contrassensos identificados em suas postagens indicam.

A condição de Greta de europeia do Norte, branca e de classe média lhe possibilita identificar essa crise e se fazer ouvir, ao falar sobre o destino que se desenha para a humanidade. Mas, se o seu espírito contestador de adolescente de classe privilegiada lhe permite apontar o buraco em que se está caindo, o ambiente em que ela se encontra, favorecido pela ideologia dominante, talvez não lhe faça ser capaz de encontrar uma corda que livre toda a humanidade da queda. Daí sua postura que não reivindica o conflito político em diversas facetas, mas que a situa como porta-voz de um discurso “acima do bem e do mal”, como abordado anteriormente. Na representação visual divulgada no perfil de Greta, o único inimigo a ser combatido é o adulto que não defende a causa ambientalista, mas isso se dará não pelo antagonismo na política (campo em que ela preferia não estar), mas pela demonstração óbvia de seus argumentos irrefutáveis. O que talvez as imagens não mostrem é que a solução efetiva para a crise ecológica global talvez ainda não tenha sido inventada, nem pelos adolescentes, nem pelos adultos.

REFERÊNCIAS

ANGENOT, Marc. El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

- BBC. Como a jovem ativista Greta Thunberg se tornou alvo de batalha ideológica. 27 set. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-49844322>. Acesso em: 23 set. 2021.
- BECKER, Daniel. O que é adolescência. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. Cuestiones de sociologia. Madri: Akal, 2011.
- CALLIGARIS, Contardo. A adolescência. São Paulo: Publifolha, 2009.
- CASAQUI, Vander. Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. E-Compós, Brasília, DF, n. 20, v. 2, p. 1-18, 2017.
- CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2013.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DÍAZ-PÉREZ, Silvia; SOLER-i-MARTÍ, Roger; FERRER-FONS, Mariona. Del mito global a la movilización local: creación y resonancia del marco Greta Thunberg. Comunicar, [s. l.], n. 68, v. 29, p. 35-45, 2021.
- GOBBI, Maria Cristina. Na trilha juvenil da mídia: dos suplementos *teen* para as tecnologias digitais. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.
- HAASTRUP, Helle Kannik. Personalising climate change on Instagram: self-presentation, authenticity, and emotion. MedieKultur. [s. l.], v. 38, n. 72, p. 65-85, 2022.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: volume 2: Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- MOUFFE, Chantal. Sobre o político. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
- PARGA, José Sánchez. Para una sociología de la infancia. In: CONGRESSO ALAS - SOCIOLOGÍA DE LA INFANCIA, 24., 2003. *Infancia y adolescencia en américa latina: aportes desde la sociología*, Lima: IFEJANT, 2003. t. 1, p. 109-290.
- SALLES, Leila Maria Ferreira. Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos. Estudos de Psicologia, Campinas, v. 22, n. 1, p. 33-41, 2005.
- SORCE, Giuliana. The “Greta Effect”: networked mobilization and leader identification among Fridays for Future protesters. Media and Communication, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 18-28, 2022.

THUNBERG, Greta. [A beautiful sight]. [S. l.], 26 Oct. 2019a. Instagram: gretathunberg. Disponível em: [S. l.], 25 Dec. 2019a. Instagram: gretathunberg. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B6fmYUepR_S/. Acesso em: 23 set. 2021. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Happy holidays!]. [S. l.], 25 Dec. 2019b. Instagram: gretathunberg. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B6fmYUepR_S/. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Heading north again]. [S. l.], 10 Oct. 2019c. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B3itAsipA37/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Here we go again]. [S. l.], 25 Sept. 2019d. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B22CF52imEw/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Home!]. [S. l.], 17 Dec. 2019e. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B6K5-JxJ4uU/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta [I have received the Nordic Council's environmental award 2019]. [S. l.], 29 Oct. 2019f. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4Ns7PQpE5C/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [On my way to the United Nations]. [S. l.], 23 Sept. 2019g. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B2wSK73iqox/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [So today is Halloween]. [S. l.], 31 Oct. 2019h. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4TZ8PoJgOa/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [So... today I met my role model. What else can I say?]. [S. l.], 25 Feb. 2020a. Instagram: gretathunberg. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B8_6MM-pjsh/. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Stockholm Waterfront Congress Centre]. [S. l.], 24 Nov. 2018a. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bqk5dUmhrrW/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Tomorrow I'll join the climate strike in Denver, Colorado]. [S. l.], 10 Oct. 2019i. Instagram: gretathunberg. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B3co51JJp_h/. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [To those who question my so called "opinions"]. [S. l.], 2 Oct. 2019j. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B3ltSsECyey/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Thank you so much for all the birthday wishes today!] [S. l.], 3 Jan. 2020b. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B63gfbhp6MU/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [The endless conspiracy theories and denial of facts]. [S. l.], 4 Dec. 2019k. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B5qXl9VpBfP/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Vi barn gör ju oftast inte som]. [S. l.], 20 Aug. 2018b. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BmsTxPPI0qW/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [Wow, this is unbelievable!]. [S. l.], 11 Dec. 2019l. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B58C1l8JLox/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [You are failing us]. [S. l.], 23 Sept. 2019m. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B2wLOVCiy3S/>. Acesso em: 23 set. 2021.

THUNBERG, Greta. [The preliminary numbers say 170'000 people]. [S. l.], 26 Sept. 2019n. Instagram: gretathunberg. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B25dpNjCY5s/>. Acesso em: 23 set. 2021.

NOTAS

- 1 Versão modificada e ampliada de trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, de 24 a 27 de novembro de 2020.
- 2 Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/09/23/o-discurso-da-jovem-ativista-greta-thunberg-na-onu-em-5-pontos.ghtml>. Acesso em: 23 set. 2021.
- 3 Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/09/20/quem-e-greta-thunberg-a-jovem-ativista-que-esta-por-tras-da-greve-global-pelo-clima.ghtml>. Acesso em 23 set. 2021.
- 4 TED é a abreviatura de “*Technology, Entertainment and Design*” (Tecnologia, Entretenimento e Design). São conferências em temas diversos e de curta duração (até 18 minutos), gravadas e disseminadas pelas redes, pela organização global de mesmo nome, sem fins lucrativos e fundada em 1984.
- 5 Publicações feitas até o dia 25 de fevereiro de 2020.
- 6 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B22CF52imEw/>. Acesso em: 23 set. 2021.
- 7 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B5qXl9VpBfP/>. Acesso em: 23 set. 2021
- 8 O Instagram não oferece dados sobre a idade dos seguidores da jovem.
- 9 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B2wLOVCiy3S/>. Acesso em: 23 set. 2021.
- 10 Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4Ns7PQpE5C/>. Acesso em: 23 set. 2021.

Artigo recebido em: 29 de setembro de 2021.

Artigo aceito em: 22 de dezembro de 2022.