



## **Estratégias de Comunicação e Mobilização na Cibercultura ambientalista<sup>1</sup>**

Katarini Miguel<sup>2</sup>

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (Unesp),  
campus de Bauru

### **RESUMO**

O presente trabalho propõe uma discussão prático-teórica relacionada à cibercultura do movimento ambientalista, avaliando a experiência comunicativa e o potencial transformador e mobilizador dos conteúdos digitais. Para complementar o arcabouço teórico, o artigo apresenta uma análise descritiva e preliminar da *homepage* de uma das maiores ONGs (Organização Não Governamental) ambientais, o *Greenpeace*, na tentativa de compreender o funcionamento de ferramentas virtuais como o ciberativismo e as redes sociais, levantando aqui questionamentos sobre a construção da comunicação ambiental na internet, suas diferenciações e possíveis impactos na sociabilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cibercultura; Movimento Ambiental; Ciberativismo; Comunicação

### **1. INTRODUÇÃO**

A problemática ambiental surgiu nas últimas décadas do século XX como uma crise de civilização, questionando a racionalidade econômica e tecnológica dominantes. Com isso, novas organizações da sociedade civil despontaram interessadas em um modo alternativo de relação sociedade e natureza. O movimento ambiental ganhou real impulso com a Conferência Rio 92. Foi a partir de então, que passou a ilustrar publicações, rádios e TVs como um novo ator social, que prega a diversidade e igualdade nas relações sociais, evidenciando uma questão interdisciplinar, em que se entrecruza o conhecimento técnico científico, as normas e valores, o estético cultural, regidos por razões diferenciadas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares, Grupo de Pesquisa Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade - XXXII Intercom – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> A autora é bacharel em comunicação social, com habilitação em jornalismo. Cursou extensão em jornalismo científico no Labjor/ Unicamp. É mestre em Comunicação Midiática, pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, campus de Bauru, professora substituta na mesma instituição e Coordenadora do Programa de Comunicação do Instituto Ambiental Vidágua. (k-miguel@uol.com.br)



O movimento, que nasceu para defender a natureza, também desde sua fundação demonstrou um caráter midiático, que contribuiu com sua legitimidade social e com a difusão da causa ambiental. As ONGs (Organizações Não Governamentais) tornaram-se referência, são exaustivamente procuradas como fontes de informações, formuladoras de conceitos, de novas diretrizes e pautas para a imprensa e sociedade. A visibilidade das organizações ganhou real impulso com as novas tecnologias, em especial com o uso da Internet, vista por Castells (2000) como um meio ideal de interação e organização social. O autor acredita que a expansão do movimento ambiental seu deu, principalmente, pela formação da sociedade em rede, na década de 60. A ascensão das tecnologias da informação e comunicação coincidiu, justamente, com o crescimento do movimento ambiental, que soube se apropriar das ferramentas virtuais para difundir a causa, conseguir adeptos, lançar manifestos e divulgar informações. Além de se configurar como um dos atores sociais que mais utilizam a rede virtual na contemporaneidade, abrindo novos espaços de confrontação e negociação no ciberespaço, evidenciando demandas de participação social e de luta pelo poder.

É fato que a questão ambiental é cada vez mais emergente no cenário atual, ocupando agendas públicas, políticas e midiáticas. O principal ator neste contexto, o movimento ambiental, adquire relevância e se apresenta como um efetivo produtor de conteúdo, pregando mobilização e interatividade na rede virtual, delineando novas práticas de comunicação e que ainda não foram estudadas de forma sistemática. Neste sentido, vale considerar que o movimento ambiental foi um dos que mais se apropriou do ciberespaço para expandir fronteiras, ganhar adeptos e se consolidar politicamente.

Barbero (2001) elenca três campos estratégicos de investigação da atual conjuntura: comunicação transnacional, comunicação alternativa e popular e novas tecnologias da comunicação. Sendo a última entendida não apenas como ferramenta, mas processos que devem ser desenvolvidos e estudados. O autor (2001, p.246) evidencia a problemática que denota na relevância deste tipo de estudo. “A cibercultura surge como a solução parcial para os problemas da época anterior, mas constitui em si mesma um imenso campo de problemas e de conflitos para os quais nenhuma perspectiva de solução global já pode ser traçada claramente”.

Neste sentido, mostra-se urgente compreender as novas práticas de comunicação e organização da produção de conhecimento, realizada no âmbito do movimento ambientalista, especialmente pela rede virtual, que incluem ferramentas de aparente



interatividade, como o ciberativismo, entre outras estratégias que configuram uma diferenciada cibercultura.

Este panorama de investigação permitirá avaliar, ainda que timidamente, se a produção virtual de conteúdos ambientais se difere da cobertura feita pelos meios convencionais na mesma temática. A presente pesquisadora concluiu a dissertação de mestrado “Os paradigmas da imprensa na cobertura das políticas ambientais” que evidenciou as principais características das notícias ambientais veiculadas em jornal impresso, e que poderão ser confrontadas com os estudos do ciberespaço. Na citada dissertação, realizada a partir da análise de conteúdo do jornal *O Estado de S.Paulo*, foram identificados paradigmas que remontam ao antropocentrismo e ao positivismo, com forte tendência para a notícia espetáculo, e uma visão dicotômica da questão ambiental: romântica e catastrófica.

Com isso, há fortes indícios de que a informação produzida no cerne do movimento ambiental e veiculada livremente pela rede de computadores pode abarcar contextos sócio-históricos importantes e colocar o tema em evidência, mas acaba por reiterar esses mesmos paradigmas, utilizando as ferramentas de interatividade, potencialmente positivas, pelo viés do alarde e do reducionismo. Há ainda, na comunicação praticada pela internet, o deleite das ferramentas de interação, e das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) que pregam a mobilização e co-participação, no entanto, podem ser utilizadas por conveniência, de forma despolitizada.

Assim, para investigar a cibercultura do movimento ambientalista propõe-se discutir aqui três questões essenciais: a diversidade e identidade do movimento ambientalista, as implicações culturais e sociais das Tecnologias da Informação e Comunicação, os conceitos e definições de cibercultura, para, então, proceder com o exemplo do portal do *Greenpeace*.

## **2.1 DIVERSIDADE E IDENTIDADE NO MOVIMENTO AMBIENTALISTA**

Os antecedentes das idéias ecológicas remontam ao século XIX, mas os conceitos só começam a emergir no significativo contexto da pós II Guerra Mundial, entre os anos 50 e 60. A WWF (O Fundo para a Vida Selvagem) a primeira ONG ambiental foi criada em 1961.

Nos anos 70, Leis e D’Amato (1995) afirmam que o ambientalismo não-governamental se institucionaliza nas sociedades americana e européia. A década de 70



foi marcada pelas críticas contundentes contra a industrialização, feitas pelo movimento ambiental, que começou a se consolidar. E é justamente nesta época que a questão ganhou relevância e passou a ser pautada pelos órgãos nacionais e internacionais.

A primeira Conferência Internacional para debater o Meio Ambiente Humano foi realizada em 1972, em Estocolmo, e buscava soluções técnicas para os problemas ambientais. Na mesma década, foi fundada no Canadá, a maior e ainda mais conhecida Organização Não Governamental ambientalista – o *Greenpeace*, caracterizado por suas ações estratégicas e amplos protestos para mobilizar a opinião pública. A ONG expandiu-se oficialmente em 39 países.

Em sua fase fundacional, os movimentos ambientais se restringiam a combater a poluição e a apoiar a preservação de ecossistemas naturais, sem aliar a temática social, mas a década de 80 revelou outros desafios, como a superação da pobreza, a participação e o controle social do desenvolvimento. O *boom* do ambientalismo aconteceu com a realização da Conferência Eco 92, realizada no Rio de Janeiro, com proporções gigantescas: participação de 250 organizações, dois mil representantes de governo, 112 chefes de Estado e 7 mil jornalistas.

Na opinião de Castells (2000) avaliando a produtividade histórica dos movimentos sociais, por seu impacto em valores culturais, o movimento ambiental foi o que adquiriu o maior destaque, em parte por sua capacidade de se comunicar e por ter transpassado diversos setores da sociedade, atingindo plataformas políticas e empresariais. O autor define o ambientalismo como formas de comportamento coletivo que atuam no discurso e na prática para corrigir formas destrutivas de relacionamento entre homem e seu ambiente natural, mas com concepções diversas.

Para Leff (2002) os movimentos ambientalistas emergem justamente como transmissores de mudanças sociais por meio de conflitos que não podem ser resolvidos mediante os procedimentos jurídicos estabelecidos pelos paradigmas dominantes, ou mesmo pela estrutura jurídica e social. O autor analisa que o movimento adquiriu mais participação nos assuntos políticos e econômicos, defesa dos recursos naturais, para além das formas tradicionais de luta por terra, emprego e salário, organizados em torno de valores qualitativos, e utilizando novas formas de organização de comunicação e difusão de informação.

As organizações ambientais se adaptaram facilmente as condições de comunicação e aos novos paradigmas tecnológicos. Ainda com a consolidação do



ambientalismo, reconhecimento público e agregação da diversidade multiplicaram-se os canais de acesso a informações, o que se configura como estratégico para o movimento ambiental. E mais que isso. O crescimento em número e tamanho das ONGs, o ganho em visibilidade e legitimidade, possibilitaram a articulação, formação de redes e outras dinâmicas organizacionais para trocar informações, dividir tarefas e ampliar o alcance das iniciativas, como observa Jacobi (2000).

Castells (2000) considera a Internet a ferramenta de comunicação essencial para organizar e mobilizar o movimento ambientalista em todo o mundo. Por meio da Internet, o movimento se organiza, marca encontros, aprova moções, organiza conferências e manifestações. O surgimento da Internet, no final de década de 60, coincidiu com a formação dos movimentos ambientalistas, que posteriormente buscaram nesse instrumento um espaço de reivindicações, denominado pelo autor (2003) como libertário. Ele ainda lembra que movimentos de valores, como os ambientais, dependem da capacidade de comunicação para conseguir recrutar apoio a causa e legitimar sua existência.

O ambientalismo, já consolidado em bases científicas e tecnológicas, encontrou na Internet um ambiente descentralizado, dinâmico, de alcance irrestrito, sem altos custos, e que auxilia a comunicação, tanto entre o próprio movimento, como entre seus públicos, e vai mais além. Partidos, sindicatos, organizações não governamentais e até grupos guerrilheiros, ainda que eventualmente separados por estratégias e táticas de ação, descobrem no ciberespaço possibilidades de difundir suas reivindicações, de maneira irrestrita. Para Castells (2003, p.277) a Internet é “a estrutura organizativa e o instrumento de comunicação que permite a flexibilidade e a temporalidade da mobilização”.

Com apoio da dinâmica virtual, outras formas de comunicação se expandiram no. Para Jacobi (2000) o ponto de inflexão do movimento ocorre com a constituição de fóruns e redes, que têm importância estratégica para ativar, expandir e consolidar o caráter multissetorial do ambientalismo.

A atuação em rede do movimento ambientalista encontra relações na sociedade em rede pregada por Castells (2000). Apoiada pela Internet, a sociedade em rede, acaba por formar novas identidades culturais, regidas, desta vez, por uma idéia de sustentabilidade que visa reconstruir a sociedade global em bases ecologicamente viáveis e socialmente mais justas. Neste contexto, estão as TICs, que propiciam o



desenvolvimento de modelos comunicativos, que modificam as estratégias institucionais de gestão, regulação e organização do conhecimento, constituindo um campo estratégico de transformações culturais.

Trata-se da emergência dos novos agentes produtivos, de “cidadãos intermediários” que não se encontram em uma dinâmica industrial de produção da informação, porém difundem conteúdo e conhecimento, sem regras ou controles formalizados. Um tipo de comunicação que minimiza a constituição oligopólica das indústrias de comunicação, a partir da criação de novos meios de expressão.

Para Castells (p.159) “o ambientalismo suplanta a oposição entre cultura da virtualidade real, subjacente aos fluxos globais de riqueza e poder, e manifestação das identidades culturais ou religiosas fundamentalistas”. E completa que “uma nova cultura ecológica consiste em sua capacidade de unir os traços de culturas distintas em um hipertexto humano”.

## **2.2 EXPLICAÇÕES E IMPLICAÇÕES DAS TICs**

O cenário da Sociedade em Rede, pregado por Castells (1999), impulsionou uma dinâmica associada ao surgimento de um novo modelo de desenvolvimento, o informacionalismo, moldado pela reestruturação do modo capitalista de produção, no final do século XX. Com isso, emergiram novas formações sociais e processos de comunicação com “capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum no qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida” (CASTELLS, 1999, p.68). O que caracteriza esta sociedade é justamente a busca por conhecimento e informação, hoje, tão livremente produzida e autogestionada pela rede de computadores.

Wolton (2007, p.37) alerta que a abordagem das novas tecnologias não pode ser reduzida a aspectos técnicos, e os estudos da área devem pressupor transformações sociais. “A questão atual, caso se considere a Internet como símbolo das novas tecnologias, é saber se esta inovação vai ao encontro, ou não, de uma evolução substancial nos modelos culturais da comunicação e dos projetos sociais da comunicação”. Para o autor (2007) três palavras definem o sucesso das tecnologias da informação e comunicação - velocidade, autonomia e domínio - que garantem a ação imediata da informação, sem filtros ou hierarquias e ainda em tempo real. É neste espaço de manifestação, propiciado pela rede, que surgem novos atores e produtores de



conteúdo que, segundo Barbero (2001), “introduzem novos sentidos do social e novos usos dos meios” e assumem um desafio técnico, político e expressivo que abarcam a complexidade cultural e criam novas identidades midiáticas. A Internet é avaliada por Wolton (2007) como protagonista das mudanças culturais e suporte da nova solidariedade mundial, que abrange diversas lutas, reivindicações e mudanças de valores, com destaque para o ambientalismo.

Mas Canclini (2008) alerta que a comunicação virtual não pode ser vista como solução mágica para a perda de representação dos partidos políticos ou mesmo criadora de solidariedades horizontais.

A rede de computadores oferece, sim, espaços para que as organizações possam afiançar sua própria identidade entre os membros, e serem reconhecidas como parte atuante do processo de integração virtual, expondo preocupações, solicitações e iniciativas da sociedade, mas também podem reforçar padrões dominantes. Tem-se um campo de embates que tanto pode ser de interação, contraste, competência, conflito como de exercício político.

Para Delarbre (2009) as páginas da *web* proporcionam intenso e aberto processo de socialização política e ideológica, e conseqüente agregação de conhecimento. Muitos dos internautas têm a rede hoje como parte de suas experiências cotidianas e nela podem estabelecer, expandir, modificar seus vínculos sociais ou estabelecer participação. A comunicação mediada pela Internet ainda é um fenômeno social recente para a pesquisa acadêmica, de maneira que a solidificação do campo depende de novos estudos que levem em consideração os diferentes atores e produtores de conteúdo, suas especificidades e capacidade de criar culturas específicas, inseridas, por sua vez, no abrangente âmbito da cibercultura.

### **2.3 CIBER: CULTURA, ESPAÇO E ATIVISMO**

As questões culturais foram transformadas e são moldadas, atualmente, pelas novas tecnologias, neste sentido, devem abarcar a multiplicidade de sujeitos e a diversidade das redes. Tem-se aqui uma nova denominação, a cibercultura, entendida por Levy (1999) como um valor de desenvolvimento e apoderamento social.

Para o autor a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, e abrange o conjunto de técnicas, de práticas, de atitudes, modos de pensamento, de valores e manifestações que se desenvolvem no âmbito do ciberespaço. Sendo este



último definido como um novo meio de comunicação propiciado pela interconexão mundial dos computadores, englobando a infraestrutura material da comunicação digital e também “o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”(LEVY, 1999, p.17).

Já Lemos (2004) avalia a cibercultura como resultados da convergência entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias de base microeletrônicas, que surgem nos anos 50 com a criação da informática e da cibernética, se propagam na década de 70 com o microcomputador e se estabelecem entre os anos 80 e 90 com a informática de massa. Mas para o autor a atual efervescência das redes de computadores não pode ser restringida a simples comutação entre os usuários, sem considerar a dinâmica da vida social contemporânea, seus conflitos e embates.

“A cibercultura é uma configuração sociotécnica de produção de pequenas catástrofes que se alimentam das fusões, impulsões e simbioses contemporâneas: o usuário interativo da cibercultura nasce do desaparecimento do social e da implosão do individualismo moderno” (LEMOS, 2004, p.85)

Assim, nascem com a rede, no âmbito de ciberculturas diferenciadas, novas formas de organização da sociedade contemporânea que precisam ser investigadas. Lemos (2004) analisa o ciberespaço como um espaço de comunhão, que através das técnicas, coloca em contato pessoas de diferentes locais, culturas e contextos, se destacando como um fenômeno social, que implica em interatividade e convergência midiática.

O fato é que o prefixo ciber, freqüentemente utilizado para determinar o que é realizado em âmbito virtual, extrapola a conjugação com espaço ou cultura, dando margem para terminologias como cibersexo, cibermoda, cibereconomia e ciberativismo, que exigem novas conceitualizações. A denominação ciberativismo, por exemplo, é muito utilizada pelos movimentos ambientalistas no contexto da hibridação que se estabelece como paradigma das tecnologias da comunicação e informação, apresentando-se como um novo espaço de experiências interativas e de mobilização. Mas como, de fato, estas ferramentas virtuais são construídas e apresentadas no contexto da interação homem-máquina-ordem político-social?

A interatividade para Delarbre (2009) ainda é incipiente na rede e não acontece



de forma efetiva. Já Levy (1999) explica que a interatividade em seu uso comum pressupõe participação ativa de um usuário de uma informação/mensagem virtual, ou seja, o destinatário deve decodificar, interpretar, participar e mobilizar-se de diferentes maneiras. O mesmo autor define os graus de interatividade no âmbito do produto, sendo: a possibilidade de teleconferência ou videoconferência com participantes variados, hiperdocumentos abertos acessíveis *on line*, textos construídos comunitariamente e abertos a possibilidade de novas leituras e comentários, simulações com possibilidade de atuar sobre o modelo, além de suportes de debates, listas de discussões e encaminhamento de mensagens. Outro fator potencial é a frequência de comentários e participações.

Atualmente, para Canclini (2001), não é possível pensar e agir sem interesse pela globalização. As tecnologias da informação e comunicação adquiriram uma posição central na concepção da cidadania ao ponto de se afirmar que “as perguntas próprias a cidadãos, sobre como obtermos informação e quem representa nossos interesses são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas” (CANCLINI, 2001, p.14). A disponibilização de informações por diferentes organizações contribuem para concepção de uma nova forma de cultura e cidadania. “Existem formas de solidariedade política nacional e transnacional, como a de movimentos ecológicos e organizações não-governamentais, apropriadas ao exercício da cidadania em um mundo globalizado” (CANCLINI, 2001, p.77)

É certo que o ciberespaço está centrado em uma comunicação não necessariamente midiática, mas interativa, comunitária, transversal e rizomática, que engloba diferentes culturas e toda a diversidade e pluralidade que o conceito pressupõe. Compreender o contexto multicultural das TICs torna-se extremamente relevante para investigação da cibercultura do movimento ambientalista e das estratégias hoje amplamente utilizadas, mas pouco interpretadas, como o ciberativismo.

#### **2.4 O CASO DO PORTAL GREENPEACE**

A dinâmica da sociedade contemporânea exige novas perspectivas de investigação dos fenômenos tecnológicos contemporâneos, que implicam em mudanças sociais e culturais. Neste sentido, Barbero (2009) avalia que é preciso, renovar epistemologicamente as formas de construir objetos de conhecimento, incluindo



elementos diferenciados que estão compondo a nova ordem da comunicação, como é o caso do movimento ambiental.

Neste espaço, será feita uma descrição e avaliação preliminar da comunicação virtual, em especial das ferramentas de interatividade, presentes no portal da ONG ambiental *Greenpeace* – [www.greenpeace.org.br](http://www.greenpeace.org.br), especificamente no dia 5 de julho de 2010, considerando, para isso, as questões colocadas por Barbero (2001) como as formas de agrupamento e expressão, conteúdos, temporalidade, lugar e os modos de narrar, como são narrados, além de avaliar a interatividade do processo.

O site da ONG, visualmente bem construído e constantemente atualizado, traz uma grande quantidade de informação logo na página inicial, com assuntos ambientais em destaque, acompanhados de imagens impactantes e que denotam alguma destruição ambiental, seguido de notícia com *link* para mais informações. No dia analisado a imagem principal evidenciava um desmatamento e carregamento de madeira clandestina, e o assunto proeminente eram as alterações do Código Florestal. Na mesma página, na parte inferior, há ainda as notícias mais recentes e um espaço dedicado a enfatizar a participação dos usuários – informando, nominalmente, quem assinou petição ou enviou notícia a algum amigo, valorizando a interatividade, ainda que superficialmente, proporcionada pela página eletrônica. Também na página inicial estão os ícones das redes sociais (Youtube, Twitter, Facebook), um quadro lateral que solicita doações em dinheiro: “Junte-se a nós” e os *links* no topo: Home, Quem Somos, O que Fazemos, Participe, Multimídia e Blog. Já na abertura é possível notar uma tendência catastrófica e alarmista dada a questão ambiental e, nas fotos e chamadas, ao mesmo tempo, um exagero de informações, possibilidades de *links* e ferramentas que podem confundir o internauta.

Na presente leitura irá se ater à seção do ícone Participe ([www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe](http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe)), onde se pressupõe mais interatividade e um processo de comunicação diferenciado. Neste conteúdo constam as opções: Redes Sociais, Ciberativista, Divulgue, Colaborador e Voluntário, sendo que os dois últimos são cadastros para contribuir financeiramente com a instituição, se tornar um filiado ou um voluntário da organização. A seção Divulgue busca difundir as campanhas do *Greenpeace* para os veículos de comunicação, “que desejam apoiar o Greenpeace e veicular nossas campanhas publicitárias, ampliando seu alcance entre a população”. Aqui nota-se a interface entre a comunicação virtual e midiática para abranger as ações



institucionais, compreendendo até mesmo a limitação da internet em alcançar os diferentes setores da sociedade. A seção Redes Sociais garante atualização constante, construção de comunicação direta, indireta e interativa através dos aplicativos Twitter, Facebook, Youtube e Flickr. Neste espaço há quantidade e diversidade de componentes virtuais e de canais de comunicação que possibilitam participação de diferentes usuários, oportunizando conhecer a ONG, reproduzir filmes, ver fotos (e no caso também há um *link* específico Multimídia) participar de comunidades ambientalistas e se engajar em discussões referentes à questão ambiental, “fazendo a sua parte”, como diz o site, ainda que virtualmente. Uma das ferramentas mais constantemente atualizadas, principalmente na data da presente análise, foi a Rede Social Twitter que vem emergindo como um importante veículo de comunicação da cibercultura, em especial do movimento ambiental que aqui se analisa. Vale uma atenção especial para as postagens realizadas no dia da presente análise, 5 de julho, data que ficou marcada pela discussão na Comissão Especial da Câmara a respeito da reforma do Código Florestal Brasileiro, apontada pelos ambientalistas como um retrocesso por anistiar antigos crimes ambientais e reduzir o tamanho da APP (Área de Preservação Permanente) em propriedades rurais. No perfil a ONG está definida como “uma organização global e independente que atua para defender o meio ambiente e promover a paz, inspirando mudanças de atitudes”. Avalia-se que o tom romântico dado para a questão é ao mesmo tempo contraditório, uma vez que promover a paz não está diretamente relacionado com as mobilizações propostas e incitadas contra a política ambiental vigente, sem aqui entrar no mérito da questão, mas da confrontação direta proposta pelas atualizações feitas pela ONG na rede social, como se verá a seguir.

Na presente data o Twitter do *Greenpeace* ([www.twitter/greenpeacebr](http://www.twitter/greenpeacebr)) foi atualizado 23 vezes, com *posts* que estimulavam a mobilização, participação direta virtual e inclusive presencial, utilizando de figuras de linguagem, tom irônico, provocativo, até irreverente e extremamente coloquial, como, aliás, indica que se está desenhando a referida rede social em diferentes perfis ambientais. A página anuncia que as discussões estão em andamento: “A reunião continua e nossas florestas continuam sendo ignoradas pela bancada da motosserra”. Em outra atualização: “Cortaram o microfone do Dep. ambientalista Sarney Filho. O tratoração teve início”. Também orientava o seguidor a acompanhar ao vivo, sempre com *link* da TV Câmara (<http://migre.me/Us4B>) informando cada movimento, as pausas e as discussões em



andamento. Em outro *post* ataca: “Ivan Valente lê manifesto de pequenos agricultores e agricultores familiares contra proposta de Aldo. Vaias aos ruralistas”. É possível observar a tentativa de informar e manter os seguidores atualizados e críticos às modificações do Código Florestal, mas com uma linguagem catastrófica, alarmista com excesso de provocações que podem minimizar seriedade da questão. Obviamente que se deve considerar o limite de 140 caracteres impostos pelo Twitter, mas ao mesmo tempo não se pode esquecer as facilidades do hipertexto e das ramificações digitais, que permitem, por exemplo, orientar a outros espaços que possam fornecer informações para uma compreensão mais ampla da questão. Mas é válido ressaltar que a ONG consegue aproveitar com primor as vantagens da internet – instantaneidade, agilidade, atualidade - que são pontos fortes da comunicação praticada. Os elementos colocados por Wolton (2007) também são atendidos aqui: velocidade, autonomia e domínio, com ação imediata da informação e em tempo real, garantindo também a participação do seguidor. Esta participação sinaliza para a questão da interatividade, até mesmo porque a essência da própria rede de relacionamento é justamente a ênfase no intercâmbio entre os usuários e troca de informações. O *Greenpeace* conta com quase 84 mil seguidores, pessoas que transmitem e retransmitem as mensagens, com um grau de difusão imensurável, e que convém ressaltar e é vantajoso para o movimento, porque amplia e empodera o sentido das ações e causas.

A seção Ciberativista, também uma ferramenta que merece atenção, pois promete interatividade e mobilização pela internet ao possibilitar ser um ativista virtual das causas ambientais [www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/](http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/). Com o slogan “Proteste nas ruas da internet” a seção faz a metáfora entre o virtual e o real e como (e quanto!) o internauta pode atuar sem sair do computador, valorizando sobremaneira a prática virtual. O texto principal diz: “Você sabia que participar do *Greenpeace* como um ciberativista faz a diferença nas ações em defesa do planeta? A cada dia, criamos diferentes formas de mobilização on-line. Elas ampliam a pressão sobre os responsáveis pela destruição das florestas, pelo aquecimento global e pela degradação dos oceanos”. E define que além de assinar petições, o ciberativista é aquele que escreve sobre o tema em seu blog, repassa petições e as notícias “criando uma onda de mobilização na rede”. Ainda afirma que o *Greenpeace* conecta pessoas de todo o mundo com o objetivo de transformar o planeta em um lugar mais justo, mais limpo e mais pacífico para esta e futuras gerações. Traz novamente a ideia de paz em um espaço



onde o objetivo é debater, discutir, difundir reivindicações e petições/requerimentos.

O espaço proporciona que o Ciberativista atue seguindo o *Greenpeace* nas redes sociais, publique as notícias/vídeos/petições em blogs, sites e redes sociais; comente as notícias, e menciona ainda que é possível iniciar debates e fóruns sobre as campanhas da ONG. Vale a ressalva que além do tema da discussão já estar pré-definido a página também não oferece os caminhos ou os *links* onde é possível ser o iniciador da comunicação ou mobilização. Nota-se que a concepção da interatividade e do usuário como agente produtor não é tão completa ou facilitada neste conteúdo, que se apropria de um discurso que não contempla a prática. Ainda na página, em tom convidativo o texto anuncia: “Você já assinou nossas petições?” A principal petição na data da avaliação “Proteja as florestas” não detalhava o motivo do documento. Apesar de ter *link* para mais informações, a solicitação para assinar a petição recebeu mais destaque do que as explicações. Há também campos para preencher nome, email, telefone para receber avisos de outros protestos e petições *on line*.

A ferramenta Ciberativista promete mobilização e atuação na rede virtual, pregando o que se pode denominar como cibercidadania, mas peca pelo esvaziamento do processo político/ambiental, fragmentação das informações no viés da polêmica, provocação e incitação à adesão aos manifestos de forma isolada. O internauta é chamado a todo o momento a fazer parte, assinar petições, abaixo-assinados e outros termos, sem oferecer elementos consubstanciais para compreender o que e o porquê adere. Além disso, a página da ONG faz questão de ressaltar quantos já assinaram cada petição, quem está assinando no momento, como o internauta pode fazer para difundir e conseguir mais assinaturas, em uma busca pela quantidade que não garante um nível de informação apropriado para realmente posicionar-se sobre determinados assuntos.

Também se pode avaliar, no que se refere ao conteúdo e formato, a aproximação com a mídia convencional. A tendência catastrófica, que foi notada pela presente autora em pesquisas anteriores sobre a cobertura jornalística das temáticas ambientais, é reiterada na prática da comunicação virtual que utiliza, muitas vezes, do apelo e do alarde para ser mais facilmente assimilável e, com isso, conquistar mais adeptos e seguidores da causa.

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É fato que os movimentos ambientais se configuram como atores sociais



produtores de conteúdo, difusores de informação e protagonistas de uma cibercultura diferenciada, que traz como destaque principal a proposta de interatividade e mobilização pela rede.

Observa-se neste estudo preliminar que a cibercultura ambientalista é um fenômeno social recente que busca a interação, consegue ampliar de forma imensurável o alcance e a importância da causa, conquista adeptos, faz alertas, mas acaba por reiterar paradigmas da mídia convencional, e insiste, por exemplo, na perspectiva do sensacional, do alarde, com informações descontextualizadas que não trazem conteúdo aprofundado a primeira vista, mesmo considerando os limites técnicos e cognitivos da própria comunicação virtual.

A questão da interatividade no ciberespaço também deixa a desejar, considerando os fatores colocados por Levy (1999) que incluem possibilidade de teleconferência, hiperdocumentos abertos acessíveis *on line*, textos construídos comunitariamente e abertos a modificações e comentários entre outros formatos de comunicação coletiva. A tendência que se avalia no portal do *Greenpeace*, e que pode refletir padrões de outros sites do gênero, é da interatividade restrita a encaminhamento de mensagens, assinatura de petições e comentários.

Mas a cibercultura ambientalista fascina porque encurta processos burocráticos consegue pular procedimentos formais, ser ágil, instantânea, livre de formalidades, fatores que vão ao encontro da dinâmica dos movimentos populares. Além disso, Levy aponta que pode também encorajar relacionamentos independentes de locais geográficos ou coincidência de tempo, o que facilita a comunicação das organizações, que através das ferramentas da cibercultura tornam-se cada vez menos dependentes de lugares determinados, espaços físicos e horários marcados.

Não se pretende aqui fazer julgamentos a respeito da benevolência ou maldição da tecnologia, mas sim de constatar as diferentes possibilidades de uso e a necessidade de se buscar novas perspectivas para investigação dos fenômenos tecnológicos contemporâneos, principalmente, nas duas questões principais aqui observadas: as redes relacionamento e a estratégia do ciberativismo. Trata-se, por enquanto, de um estudo preliminar, fruto de um projeto de doutoramento que visa um esforço científico para empreender conclusões a respeito do tratamento da temática ambiental no abrangente âmbito das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação).



#### 4. REFERÊNCIAS

- BARBERO, J.M. **Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia.** Tradução de Ronald Polito e Sergio Alcides. 2.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- BARBERO, J.M. Uma aventura epistemológica. **Revista Matrizes:** Entrevista, São Paulo, ano2, n.2, p.143-162, 2009. Entrevista a Maria Immacolata Vassalo de Lopes.
- CANCLINI, N.G. **Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais de globalização.** Tradução de Maurício Santana Dias. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001
- CANCLINI N.G. 2008. Cultura Política: entre o mediático e o digital. **Revista Matrizes,** São Paulo, ano1, n.2, p. 55-71, 2008.
- DELARBRE, R.T. Internet como expressão e extensão do espaço público. **Revista Matrizes,** ano2, n.2, p. 71- 92, 2009.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede. Economia, sociedade e cultura.** 2ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999 (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, 1).
- CASTELLS, M. **O poder da identidade.** 2ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, 2).
- CASTELLS, M. **Internet e sociedade em rede.** In: D. de MORAES (org.), Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro, Record, 2003, p. 255-288.
- Home page oficial **Greenpeace Brasil,** Disponível em: <http://www.greenpeace.org.br>. Acesso em: 05/07/2010.
- JACOBI, P. **Meio ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas.** Disponível em: <http://www.repea.org.br/redesea/conceitos/rapartigopj2000.doc>. Acesso em: 02/05/2007
- LEFF, E. **Epistemologia Ambiental.** 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- LEIS, H. R; D'AMATO, J. L.. **O ambientalismo como movimento vital: análise de suas dimensões histórica, ética e vivencial.** In: CAVALCANTI, C. (org.) **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável.** São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1995.
- LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LEVY, P. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- WOLTON, D. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleção Cibercultura).