



A Representação Virtual do WWF e a Padronização da Natureza¹

Débora de Carvalho Pereira Gabrich²

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Resumo

Os sites da rede transnacional de conservação ambiental WWF, conhecida no Brasil como Fundo Mundial para a Natureza, promovem uma dinâmica de apropriação visual de culturas locais como estratégias de convencimento, em processos de tradução intersemiótica e transcodificação cultural, os quais este artigo contextualiza de acordo com a sua inserção nos fluxos político-ambientais transnacionais. O resultado é uma análise semiótica dos processos de produção de sentido que permitem ao cidadão urbano contemporâneo participar virtualmente da defesa e conservação da natureza.

Palavras-chave

Semiótica - Transcodificação – Cibertivismo – Ambiental - Amazônia

Semiótica: conceitos básicos

A apreensão teórica do problema pesquisado exigiu a interface entre duas vertentes teóricas: a) a teoria peirciana da semiótica, que delimita os conceitos que permitem a compreensão da materialidade da linguagem da nova mídia; e b) a introdução de conceitos que permitem descrever a estrutura, organização e desenvolvimento das redes trans-institucionais e sua atuação no movimento ambientalista da Amazônia.

A justificativa da proposição da interface foi devida, em um primeiro momento, à exploração das mensagens contidas nos sites das entidades que formam as redes trans-institucionais do movimento ambientalista da Amazônia. Para essa descrição, o instrumental de análise da semiótica foi utilizado com o intuito de identificar valores que envolvem a construção do significado da preservação do meio ambiente na internet.

Assumindo que outros conceitos são necessários para enriquecer a compreensão do problema proposto, os valores interpretados pela análise semiótica foram complementados por conceitos que caracterizam as redes transnacionais, uma vez que a questão abordada, centrada no meio ambiente em uma região de múltiplos interesses nacionais e internacionais, pode, e esta foi uma das hipóteses do trabalho, expressar

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Semiótica. Este artigo foi originalmente escrito como o capítulo quatro da Dissertação de Mestrado em Extensão Rural “Amazônia Transnacional: Redes Ambientais na Internet e a Padronização da Natureza”, março de 2007, Universidade Federal de Viçosa – UFV, sob orientação do professor José Norberto Muniz, conselheiro José Benedito Pinho.

² Débora de Carvalho Pereira Gabrich formou-se em Comunicação Social pela PUC Minas em 2001. Em 2003 obteve o título de Especialista em Comunicação Contemporânea e Informação Visual pela mesma universidade. Em 2007, obteve o título de Mestre em Extensão Rural pela Universidade Federal de Viçosa. Desde então é professora da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas. debcarpe@gmail.com



conteúdos conflitantes entre residentes, organizações locais, organizações nacionais e organizações internacionais.

A semiótica, com ênfase na teoria de Charles Sanders Peirce³, é o estudo dos signos, dos processos de produção de sentido necessários para haver comunicação e interação. O autor desenvolveu três categorias fenomenológicas (primeiridade, secundidade e terceiridade) para explicar o modo como os processos de produção de sentido se dão em nossa mente (SANTAELLA, 2002). A idéia de primeiridade (que em algumas traduções vem como ‘presentidade’) é a da mônada, da qualidade primeira, novidade, vida, liberdade, todas as sensações. Um exemplo, na temática da preservação ambiental, é a cor verde, pois pode remeter a sensações de floresta, mata, natureza, clorofila, plantas. É o primeiro entendimento acerca de algo subjetivo, sem comparação e sem referencial.

Ao mesmo tempo, para ser compreendida, é necessário um teste, algo que impeça o ceticismo. Quando existe o conflito, o processo de semiose alcança a secundidade. É a formação da díada. Para Santaella (2002), “*Agir, reagir, interagir e fazer são modos marcantes, concretos e materiais de dizer o mundo, interação dialógica, ao nível da ação, do homem com sua historicidade*” (SANTAELLA, 2002, p. 50). Essa reação é a cor verde em um sinal de trânsito (já não mais o verde repleto de possibilidades), mas aquele que provoca uma reação, a de seguir adiante. Por terceiridade, Peirce entende ser o mediador entre o primeiro e o segundo. “*O começo é o primeiro, o fim segundo, o meio terceiro*” (SANTAELLA, 2002, p. 92). A idéia mais simples de terceiridade é a de signo, onde queremos chegar para analisar variáveis de representação relacionadas à preservação da natureza. “*Um signo representa algo para a idéia que provoca ou modifica*” (SANTAELLA, 2002, p. 93). Um exemplo simples é o ‘verde bandeira’, aquele que colore a bandeira nacional, que carrega uma simbologia cívica, de costumes culturais e delimitações geográficas.

Passando por estas três categorias o ser humano entende o mundo (a parte acessível a cada um), porque o representa, e só entende essa representação porque está ligada a outra, e outra, infinitamente, em cadeias de relações triádicas. Esse conceito de signo é dividido em três tricotomias, a primeira que relaciona o signo consigo mesmo (representâmen), a segunda conforme a relação do signo com seu objeto e a terceira que

³ Peirce faleceu em 1914 e a maior parte de suas publicações são póstumas. Considera-se que sua obra não é legível – quem pode ler cem mil páginas manuscritas? Foi feita uma coletânea dos textos mais significantes para publicação por Hartshorne e Weiss (1935), inicialmente, e depois outros autores utilizaram suas idéias, como APEL (1968) (o que foi de grande importância para o desenvolvimento das teorias sobre pragmatismo), ou Habermas, que o utilizou para desenvolver sua teoria da ação comunicativa.



relaciona o signo com seu interpretante. Essa divisão segue a lógica de percepção dos fenômenos, que vai da possibilidade, passa pelo desempenho (observância dos fatos) e conclui na certeza, hábito ou lei. Dessas três tricotomias, foi abordada mais especificamente a primeira, que relaciona o signo com seu objeto, pois há um grau de degeneração quando uma informação sai do seu estado bruto (o fato) até a sua representação em um site institucional, e essa diferença pode ser compreendida através da decomposição dessa primeira relação triádica que define três tipos de signos: ícone, índice e símbolo.

No ícone há uma predominância de primeiridade, portanto, não consideramos que há uma representação e sim uma apresentação, algo que serve para contemplar, mas que necessariamente não significa algo mais delimitado, é como um desafio aos nossos sentidos para complementar uma significação. O índice é aquele que representa seu objeto por força de uma extensão física, pois envolve uma relação efetiva com seu objeto na esfera física (COELHO NETO, 1999, p. 58). O símbolo é um processo de interpretação determinado por uma convenção, e varia de acordo com a experiência colateral do observador.

A capacidade de apreensão do significado aumenta à proporção do grau em que o intérprete está inteirado das regras e normas da dimensão cultural no qual este signo está inserido: “Um símbolo é o signo que se refere ao objeto que denota, em virtude de uma lei, normalmente um associação de idéias gerais” (NÖTH, 1995, p. 83). Portanto, uma das hipóteses constatadas nessa pesquisa foi que a imagem do urso Panda se enquadra na definição de símbolo peirciana, pois a sua vinculação a uma organização internacional se consolida como um hábito para quem possui experiências colaterais para contextualizá-lo.

Os sites que compõem as redes trans-institucionais do movimento ambientalista da Amazônia, quer seja através da produção de notícias factuais, pequenos vídeos em formato de internet, ensaios fotográficos ou arquivos de áudio, sempre têm algum nível intencional de produção de sentido. No caso do WWF-Brasil, essa informação intencional flui de um sentimento subjetivo, evoca emoções e se objetiva fazendo o usuário clicar para doações. Por isso, os sites ambientais de organizações transnacionais, que possuem grande arrecadação para seus projetos ambientais e capital operacional para contratar bons profissionais da comunicação, desenvolvem mais a emissão de informações imagéticas abstratas ou nostálgicas (que remetem a sensações) e simbólicas (que se consolidam como um hábito, uma lei).

Enquanto isso, os sites locais, ‘caseiros’, produzidos por simpatizantes da causa⁴, publicam mais informações indexicais, como notícias, manifestos, textos extensos e detalhados para um público bem mais especializado (ligado à temática ambientalista por ideologia ou profissão), onde o conflito da secundidade existe como discussão entre grupos menores. A identificação de diferentes signos foi utilizada para esquematizar o processo de semiose, de produção de sentido e significação presentes em toda linguagem, em busca dos tipos mais utilizados nos sites analisados.

WWF: o ciberativismo ao alcance do *mouse*

O ponto de partida para esta análise da rede WWF, na internet, é a página <http://www.wwf.org>. Ela permite o acesso a 43 sites institucionais correspondentes a 43 países ou localidades delimitadas por características geográficas semelhantes, como Pacífico Sul e América Central. O desenho dessa página é extremamente simples: a logomarca do urso panda ao lado do *slogan* ‘for a living planet’, a lista dos países em duas colunas e cinco imagens de paisagens, sendo que quatro naturais e uma de um homem limpando uma praia, vestido com a logomarca do urso panda estampada na camiseta. Abaixo, a frase: “WWF’s ultimate goal is to build a future where people live in harmony with nature”⁵. A cor predominante é o laranja, e se destaca o contraste em preto e branco da logomarca estilizada, que representa o primeiro animal salvo da extinção pela instituição.

Apesar do objetivo do WWF, explícito na frase, ser a garantia do futuro da população em harmonia com a natureza, essa interação – entre homem e natureza – pode ser vista de diferentes formas. O WWF e outras ONGs internacionais, como o IUCN, são tidas como instituições que adotam uma política ambiental conservacionista, também chamada de ‘ecologia profunda’, ou seja, que querem preservar a natureza (animais, plantas, biodiversidade) ‘do contato’ com o ser humano (DIEGUES et al., 2000). É comum essa visão ser legitimada em matérias jornalísticas que utilizam como fontes os técnicos dessas instituições e seus dados de relatórios científicos⁶, que afirmam que as populações locais são os principais responsáveis pelo desmatamento da Amazônia.

Esse diálogo com as culturas locais, por parte das entidades ambientais transnacionais, flui, no meio cultural, através da formação de valores ambientais que definem ações

⁴ Segundo Meirelles Filho (2004), são pelo menos duas mil organizações atuando na Amazônia, mas que possuem muitas carências de infra-estrutura e capacitação de pessoal técnico.

⁵ Tradução: O principal objetivo do WWF é construir um futuro onde pessoas vivam em harmonia com a natureza.

⁶ Notícia da Folha de São Paulo em 9 nov. 2006: “Banco Mundial financiará carbono de floresta em pé”, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u15484.shtml>, acessado em 11/11/2006.

políticas e, no meio eletrônico, através da re-contextualização dos elementos da natureza (a representação imagética nos sites).

A rede WWF, em um patamar global, apropria-se de elementos culturais de cada país, principalmente de imagens da natureza local, com a finalidade de atualização em relação às identidades nacionais. A chamada textual presente em todos os sites, embora traduzida em idiomas diferentes, é o apelo à doação, cadastramento e pedido de auxílio financeiro: *'donate now'*, *'adotta un animale'*, *'hazte sócio'*, *'dons en ligne'*. Os signos visuais, aliados às chamadas textuais, são altamente capazes de realizar essa tarefa de comunicação.

... tanto a indexicalidade como a iconicidade são aspectos da utilização comunicativa da imagem. A indexicalidade predomina na fotografia como um vestígio, como o protocolo de uma experiência, como uma descrição, um testemunho. A iconicidade, por outro lado, predomina na fotografia como um souvenir, como uma lembrança, uma apresentação, uma demonstração (SANTAELLA, 1997, p. 111).

Essa apresentação potencialmente icônica, que cita a autora, está no cabeçalho do site da Austrália (Figura 2), por exemplo, na qual encontramos a seguinte figura:

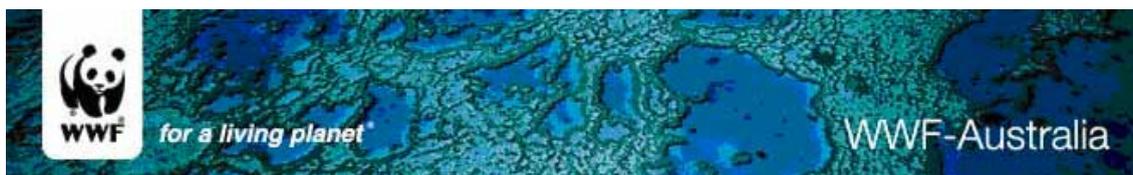


Figura 2 – Cabeçalho do WWF-Austrália.

O que parece ser uma foto de radar das ilhas que compõe o continente australiano mescla cores verdes e azuis, que remetem a uma sensação de mar, de liberdade, de vida. A utilização de anamorfoses, que são imagens sem forma definida, segundo o conceito de Jurgis Baltrusaitis (MACHADO, 2002, p.229), é comum no meio eletrônico da internet. Cortar, curvar, dobrar e costurar imagens de arquivos digitalizados são procedimentos comuns, com fotografia de perfeita credibilidade, embora isso nunca tenha sido filmado. Com isso, o usuário da imagem como matéria-prima (antes o fotógrafo, hoje, mais contemporâneo, o *webdesigner*), não precisa mais esperar o instante perfeito para o registro da fotografia e, sim, garimpar, em bancos de dados especializados, formas para uma composição sintética que produz o sentido intencionado. Não há muito compromisso de representar fielmente uma realidade, ou um fato acontecido em data e hora determinado, pelo contrário:

A imagem sintética é (...) a conseqüência visível de uma concepção estática do espaço e do tempo reais; concepção puramente teórica e quantitativa que encontra uma aparente confirmação prática no surgimento e no desaparecimento

de 'formas imagens' compostas por pontos sem dimensão e instantes sem duração, controlados digitalmente por algoritmos de uma linguagem codificada (VIRILIO, 1995, p. 83-84).

Essa linguagem não é codificada somente nos algoritmos do computador, mas também em codificações culturais, através das quais outros significados podem ser apreendidos, pelas múltiplas possibilidades de produção de sentido presentes nas formas e linhas variadas. É o que acontece com o cabeçalho (Figura 3) do site do WWF na Itália:



Figura 3 – Cabeçalho do WWF-Itália.

O que podem significar esses formatos fálicos de cores avermelhadas? O que isso tem a ver com a cultura italiana? Molho de tomate, alcachofras? Algo de tradicional, caseiro, doméstico? O intérprete pode determinar. Essa possibilidade de identificação cultural do intérprete, no caso o cidadão italiano que busca essa informação dentro da rede e contribui com dinheiro para as ações, não se encerra na identificação de semelhanças culturais, mas é transcendido no símbolo do urso panda, que representa valores ambientais de preservação da natureza. O processo de semiótica, pois, é infinito, mas torna-se determinado por ele – o Panda – o símbolo construído, e pela lei que encerra. Como um selo, a imagem do panda *determina* o relacionamento da tradição local com a natureza.

É comum a apropriação do animal simbolicamente significativo do país, como na Figura 4: no México, o jaguar, na Hungria, o cachorro, na Turquia os peixes e na Tailândia os pássaros da praia. Um outro tipo de apropriação identificada é a das paisagens naturais dos países, como na Figura 6, que servem de cartões postais, papéis de parede disponibilizados para associados ou não, de modo que a tela seja a natureza, como no site do México. Neste mesmo site, são reafirmados os laços de identidade cultural divina e de poder espiritual, como o texto que acompanha a imagem da onça:

Balam para los mayas, ocelotl para los aztecas o mexicas, el Jaguar (Panthera onca), considerado por las antiguas culturas mesoamericanas símbolo de poder

y divinidad, está amenazado de extinción en nuestro país, debido, entre otras causas, a la pérdida de su hábitat y a la cacería ilegal.⁷

Em seguida, esse texto divulga um simpósio com o intuito de ‘evitar’ a extinção do animal. A produção de ‘eventos notícia’ é uma constante entre as ONGs ambientalistas, assim como a divulgação de dados, números e estatísticas satisfatórias dos projetos realizados. Essas informações chamam o internauta para a ação, que se limita ao clique que permite a doação em dinheiro, através da conta bancária, ou à compra de produtos relacionados. O usuário tem um constante *feedback* dos seus ‘investimentos cidadãos’, pois o bom resultado dos projetos significa a boa utilização do recurso doado pelo internauta. No WWF, toda a movimentação financeira é apresentada anualmente aos associados em um relatório de atividades, enviado pelo correio, em papel reciclado.



Figura 4 – Cabeçalhos dos WWFs México, Hungria, Turquia e Tailândia.



Figura 5 – Imagem do site do WWF-México.

⁷ Texto disponível em http://www.wwf.org.mx/wwfmex/archivos/bm/261005_seminario_jaguar.php, acessado em 22/11/2006.

O caso dos protetores de tela, estampas oferecidas para decorar a janela principal de interface do computador, faz com que a imagem funcione como um instrumento ideológico. Essa imagem-instrumento, segundo Manovich (2001), permite ao usuário, de forma remota e falsa, o uso de uma realidade física em tempo real. A idéia é dar a sensação de uma habilidade não apenas de agir, mas de "teleagir". Considerando que a tela, enquanto superfície plana e retangular é utilizada pelo ser humano há séculos para representar realidades, a teleação, que é ação à distância, em tempo real, funde a tela e o usuário, tanto de maneira física quanto cognitiva. Física porque a imobilidade do corpo é o preço que se paga por ter o mundo tão bem delimitado, para atividades empresariais ou contemplativas, do sujeito urbano que tem acesso fácil à tecnologia, que compra e se relaciona pela internet. Cognitiva devido ao aprisionamento da mente em padrões simulados, que emergem como cultura transnacional.

Nessa lógica, o *cyberativismo* ambiental, nos moldes ensinados pelo WWF, é alimentado pelas sensações provocadas por esse tipo de imagens, de maneira geral, para depois esse sentimento se limitar em alguma ação mais prática, o clique, realizado independente do lugar de origem. O WWF, portanto, através da sua representação imagética na internet, consegue fazer dos indivíduos isolados sua extensão, ao contrário do que pensou McLuhan (1996), que os indivíduos fariam da tecnologia instrumentos extensivos dos seus sentidos. Essas considerações sobre a materialidade da imagem, e seus reflexos na formação de uma cultura transnacional, podem parecer muito técnicas. No entanto, seu estudo é necessário, porque são os dispositivos materiais e formais pelos quais os textos atingem os leitores e, como afirma Chartier (1991), são um recurso essencial para a história das apropriações culturais.

E também da apropriação da nacionalidade, como se efetiva no caso de uma imagem do site do Brasil (Figura 6), em que o WWF se 'afirma *brasileiro*'. É explícito que o fotógrafo é estrangeiro, talvez alemão:



Figura 6 – Imagem do site do WWF-Brasil.

Essa imagem de flores bem amarelas em fundo verde bandeira desperta, no mínimo, um sentimento de orgulho cívico e patriótico. É induzida a formação do entendimento de que contribuir com o WWF é ser brasileiro, é cuidar da *nossa natureza*.

Outra característica dos sites que compõem a rede WWF é a presença de animações (geralmente em formato/extensão *gif* ou *.swf*), como a evolução da Figura 9. Como filminhos, contam ‘historinhas’ ambientais em poucos quadros, utilizando *zoom* em imagens estáticas, textos que passam e, ao fim, pedem uma doação:



Figura 8 – Animação do site do WWF-Austrália.

Nesse caso do site da Austrália, o aparecimento da tartaruga vai acontecendo aos poucos, em imagens mais abstratas, para depois aparecer concretamente, seguida do pedido de doação. Dura de 10 a 15 segundos e pode atrair pela sua originalidade e movimento. Há apresentações de imagens (congeladas), como no caso do site do WWF-Japão: uma seqüência mescla figuras de animais, paisagens puras, paisagens poluídas, cataventos de energia eólica e outros (Figura 9). Mesmo sem conseguir compreender o que está escrito, sabe-se que o discurso valoriza os elementos ‘bichos’ e ‘natureza’:



Figura 10 – Animação do site do WWF-Japão.

O mesmo ocorre no site de Hong Kong (Figura 11), embora esse realize, em inglês, o apelo para adoção de uma ‘fazenda verde de peixe’:



Figura 11 – Animação do site do WWF-Hong-Kong.

Essa lógica de exposição de imagens pode ser comparada com os primeiros experimentos feitos pelo cinema, há mais de um século, quando o movimento era feito de *slides* alternados rapidamente. Segundo Manovich (2001, p. 320), a construção manual de animações na era digital representa um retorno às práticas pré-cinemáticas, realizadas no século XIX, embora esse tipo de composição simples tenha sido relegado pelo cinema no século passado, quando este se proclamou uma mídia de registro.

Porém, esses *slides* do site do WWF Japão são exemplos de uma nova qualidade da imagem na era do computador, a possibilidade da narrativa interativa. Quando se clica em cada um, é escolhido um caminho, portanto, diferente do cinema, onde a narrativa linear está aprisionada pelo rolo do filme, a nova mídia possibilita a idéia excitante de um telespectador participante na história, escolhendo diferentes caminhos através do espaço da narrativa virtual.

Dessa forma, o usuário se torna peça essencial no processo, principalmente no de tradução dos elementos de preservação ambiental representados na internet para a sua vida urbana, pois escolhe as narrativas por algum motivo de identificação, e assim induz a formação de parâmetros para sua própria relação com a natureza.

Há na dinâmica entre culturas locais e a rede transnacional WWF, portanto, um exemplo de tradução intersemiótica, não só entre meios técnicos (veículos de linguagem), mas também, e de forma imbricada, entre meios culturais – o transporte de



significados de uma cultura local para o nível emergente transnacional; e o transporte da natureza para o meio eletrônico, uma hibridação entre fato e representação. Esse processo se renova nas culturas locais e se impõe (função do símbolo). A prova da eficiência do símbolo do urso panda como um hábito pode ser inferida pelos quase cinco milhões de contribuintes no mundo todo, pessoas que principalmente vivem em cidades (e que, portanto, têm construídas em seu contexto cultural uma visão de natureza como algo ‘externo’ à sua realidade). Quando se filia, a pessoa contribui financeiramente para salvar o meio ambiente, passa a ter acesso a uma série de informações de interesse comum, recebe notícias e obtém descontos especiais em lojas de produtos de divulgação. A representação desse conjunto de ações, tanto na internet quanto nas peças gráficas analisadas⁸, provê índices suficientes que sensibilizam para doação, objetivo principal das representações na mídia, como na notícia sobre a exposição “Água para a vida, água para todos”, que divulgou imagens das crianças em atividade em várias cidades do Brasil. Esse tipo de construção da conscientização ambiental nos centros urbanos, no qual o ser humano é responsável pela ideologia da preservação da natureza intocada, confirma que:

A publicidade globalizante e o banqueiro trabalham para um mundo em que cada um de nós, independentemente da classe social, cor ou gênero, é, no sentido econômico, um norte-americano, dirigindo um carro, bebendo Pepsi e possuindo uma geladeira e uma máquina de lavar. O conservacionista, no entanto, quer proteger o tigre e a baleia para a posteridade, esperando que outros povos façam o sacrifício no lugar deles (GUHA, 2000, p. 97).

O sacrifício, na visão ecológica moderna, é simples: os povos nativos entregam sua morada para biólogos administrarem em parques seguros, onde o internauta urbano doador pode fazer turismo e se divertir ao recolher latinhas em sacolas plásticas com a logomarca do Panda e, quem sabe, em futuro próximo, ter acesso a imagens desses ambientes na sua tela de computador, em tempo real. Percebe-se que o conceito de ecossistemas naturais como terrenos indomados é resultado de uma percepção urbana, fundada no etnocentrismo, que fortalece o mito do homem selvagem (TAUSSIG, 1993). Esse mito, que faz com que o homem nativo das florestas tropicais e equatoriais seja visto como canibal, conhecedor de magias e plantas, ambicioso, sem noção de parâmetros morais globais, é atualizado hoje, na Amazônia, na visão que a população urbana tem dos índios e comunidades tradicionais como indivíduos incapazes de sustentar a preservação da natureza. Para Pompa e Kaus, o que deve ser domesticado é

⁸ Relatório de Atividades 2004, do WWF Brasil.

este conceito, “com um entendimento de que os seres humanos não são separados da natureza” (POMPA; KAUS, 2000, p. 143).

Identifica-se a formação dessa visão conservacionista em dois desdobramentos de semiose, desde a fase da representação imagética dos sites da rede WWF que evocam ‘sensações’ nacionais (num domínio de primeiridade), até a fase da consolidação de ‘visões’ ambientais determinantes de políticas para o uso das florestas no mundo, de acordo com o esquema de compreensão triádico do signo, proposto por Peirce:

Tabela 1 – Semiose da representação imagética do site do WWF

Imagens icônicas, sugestão de semelhança com identidade nacional.	Delimitação da sensação de natureza local pelos padrões internacionais de sobrevivência representados pela imagem do panda.	Clique para doação.
objeto? 8.....	Signo?	Interpretante?8

A ação de clicar, no segundo processo de semiose, se torna objeto de legitimação da visão política ambiental de ecologia profunda, da seguinte forma:

Tabela 2 – Semiose da justificativa de investimentos ambientais do WWF

‘Clientes ambientais’ necessitam de...	... relatórios de atividades, enviados pelo correio, geração de dados científicos...	... que justificam ações ambientais políticas.
objeto? 8.....	signo?	Interpretante?8

Peirce define como ação uma influência que “*seja ou envolva uma cooperação de três sujeitos, como por exemplo um signo, o seu objeto e o seu interpretante, tal influência tri-relativa não sendo jamais passível de resolução em uma ação entre duplas*” (Peirce, 1931, *apud* ECO, 1997, p.10). Ou seja, a relação entre o signo e seu objeto é mediada pelo interpretante. Portanto, ações ambientais políticas são sustentadas por relatórios técnicos, e fluem no constante diálogo de uma diversidade de significação transcultural, pois cada região, cada povo tem suas particularidades culturais e econômicas, que influenciam na formação de significados, o que Peirce chama de ‘experiências colaterais’.

Nessa tradução, de uma visão global do ambientalismo e sua re-contextualização em culturas locais, inclusive transnacionais e transinstitucionais, se decompõe nesse sistema de três elementos: o objeto – que é o elemento representado; o *representâmen*, que é a parte que aparece do signo; e o interpretante, que não se refere à mente interpretadora

do signo, mas a um processo de traduções que se cria nessa mente, que resulta nas próprias tendências históricas, culturais e políticas do homem para lidar com a natureza e com os outros homens:

A partir da relação de representação que o signo mantém com seu objeto, produz-se na mente interpretadora um outro signo que traduz o significado do primeiro (é o interpretante do primeiro). Portanto, o significado de um signo é outro signo – seja este uma imagem mental ou palpável, uma ação ou mera reação gestual, uma palavra ou mero sentimento de alegria, raiva... (SANTAELLA, 2002, p. 58-59).

O conceito de ambientalismo como signo, representado como a decisão da necessidade de proteger a natureza por parte de um cidadão urbano, pode se materializar em um outro signo, como um plano de fundo na tela de um computador. Essa imagem pode ser considerada o que Peirce chama de objeto imediato. O objeto imediato é o elemento representado, como é conhecido através do signo – é a idéia, a porção do signo a que temos acesso. Ao contrário, o objeto dinâmico desconsidera qualquer elemento particular, pois é toda a potencialidade de determinação para o signo, que seriam todos os caminhos por onde passam os trâmites da decisão desse mesmo cidadão de proteger a natureza (COELHO NETO, 1999, p. 71).

Já o interpretante se divide em três, o imediato, o dinâmico e o final. O interpretante imediato (que também significa não mediado) é tudo aquilo que o signo tem a potencialidade de produzir numa mente real, é o *“efeito total que o signo foi calculado para produzir e que ele produz imediatamente na mente, sem qualquer reflexão prévia; é a interpretabilidade peculiar do signo, antes de qualquer intérprete”* (COELHO NETO, 1999, p. 71), ou seja, no caso da intencionalidade de ação que o WWF procura provocar, através da sua representação na internet, é tudo o que possa envolver a necessidade de salvar o planeta das ações do próprio homem, de maneira mais geral.

O interpretante dinâmico, por sua vez, é o que de fato é produzido pelo signo numa mente interpretadora – contextualiza o intérprete – pois depende dele. É aquele escolhido dentro das possibilidades de significação que a semiose oferece, é a atualização do sentido, e pode ser dividido ainda em três, o emocional, o energético e o lógico, conforme explica Santaella:

O emocional, desde uma mera qualidade de sentimento vaga e indefinível até uma emoção codificada: ‘o primeiro efeito significativo de um signo é o sentimento por ele provocado’ (CP 5.475). O segundo nível é o energético, o esforço que é da ordem da ação física ou psíquica, pois existe um embate perceptível, em maior ou menor grau, entre o signo e a mente interpretadora. Há sempre algo de combativo no ato interpretativo. O terceiro nível é o lógico, uma regra de interpretação (SANTAELLA, 1992, p. 197).



Esses três níveis de interpretação podem ser identificados nos sites da rede WWF. Os objetos culturais e da natureza local, em imagens, evocam um sentimento de identificação nacionalista, como o interpretante emocional. O segundo nível, o energético, é o momento da decisão, o internauta resolve se clica para ler, copiar imagens e assim obter mais informação. No nível lógico, está a ação concretizada da doação para a instituição, intenção máxima dos sites da rede. Mas, pode-se considerar a importância da imagem nesse processo, pois o papel da mediação é feito pelo interpretante emocional, que determina os outros tipos, energético e lógico. O primeiro efeito que um signo produz é o sentimento, pois não exige esforço de interpretação. Essa noção é próxima da do interpretante imediato, pois ambos produzem representações a partir de subjetividades, abstrações.

Já o interpretante final é aquele que seria produzido se a semiose se concluísse, chegasse ao final. Mas, como isso não acontece, pois uma semiose sempre gera outra e outra, esse tipo é ideal e utópico, nunca se concretiza. As cadeias de relações triádicas (semiose) tendem ao infinito, nunca há uma apreensão completa do saber de uma representação. Da mesma forma, o objeto dinâmico nunca é visto por inteiro, devido à incompletude do signo, pois uma representação se completa somente em outra. A cada sentido produzido, novos elementos de cognição são agregados. Um signo é um objeto de representação, re-apresenta o objeto, sem sê-lo.

Dessa forma, podemos concluir que não existe uma visão de ambientalismo transnacional finalizada, congelada no tempo e espaço, cada região ou cultura expressa sua própria relação com a natureza de maneira diferente, de acordo com fatores de sua formação somados a valores externos. É, pois, um processo de significação natural e fluido.

Referências bibliográficas

CHARTIER, R. **O mundo como representação**. *Revista Estudos Avançados*, v. 11, n. 5, 1991.

COELHO NETTO, J.T. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

DIEGUES, AC. Etnoconservação da natureza: enfoques alternativos. In: DIEGUES, A.C. (Org.). **Etnoconservação: novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos**. São Paulo: Hucitec: 2000.



ECO, H. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

GUHA, Ramachandra. **O Biólogo autoritário e a arrogância do Anti-Humanismo**. In: DIEGUES, A.C. (Org.). **Etnoconservação: novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos**. São Paulo: Hucitec: 2000.

HARTSHORNE, C.; WEISS, P. (Eds.). **The collected papers of Charles Sanders Peirce**. Intalex. CD-ROM (v. 1-6, 1 licença).

JOHNSON, S. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

KECK, M.E.; SIKKINK, K. **Activists beyond borders: advocacy networks in international politics**. Ithaca: Cornell University Press, 1998.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 2002, 2ª edição.

MACLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

MANOVICH, L. **The language of the new media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

MEIRELLES FILHO, J. **O livro de ouro da Amazônia: mitos e verdades sobre a região mais cobiçada do planeta**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

NÖTH, W. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

NOTH, W.; SANTAELLA, L. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

PEIRCE, C.S. **The collected papers**. Cambridge: Harvard University Press, 1956.

PEIRCE, C.S. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1989.

POMPA, Arturo Gómez, KAUS, Andréa. **Domesticando o mito da natureza selvagem**. In: DIEGUES, A.C. (Org.). **Etnoconservação: novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos**. São Paulo: Hucitec: 2000.

SANTAELLA, L. **A assinatura das coisas: Peirce e a literatura**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica?** São Paulo: Brasiliense, 2002.

TAUSSIG, M. **Xamanismo, colonialismo e o homem selvagem: um estudo sobre o terror e a cura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

VIRILIO P. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2005.