A Mobilização Social na Rede: o Ciberativismo do Greenpeace como Produtor Social na Internet[1]

Rafaela Caetano PINTO[2]
Maria Ivete Trevisan FOSSÁ[3]
Universidade de Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A mobilização social é um processo que convoca sentidos para modificar uma dada realidade. Para que esse processo consiga mobilizar os indivíduos é necessário perpassar pelos suportes midiáticos e hoje principalmente pelas redes interativas para fugir da hegemonia dos meios massivos, caracterizando o ciberativismo. O Greenpeace, enquanto produtor social, utiliza essa estratégia para atingir seu imaginário e conscientizar os indivíduos e organizações dos impactos nocivos sobre o meio ambiente. Assim, pretende-se descrever algumas ações da organização para entender de que forma ela busca atingir seu objetivo de mobilização social em torno de problemas ambientais globais.

PALAVRAS-CHAVE: mobilização social; ciberativismo; Greenpeace.

1. Apresentação

Este trabalho tem o intuito de apresentar algumas das ações desenvolvidas pelo Greenpeace, enquanto organização reconhecida e legitimada mundialmente, ao organizar seu processo de mobilização social por meio de seu suporte principal, a internet. Esta organização se utiliza do ciberativismo[4] para convocar vontades a fim de conscientizar pessoas e organizações sobre os impactos ambientais que prejudicam a sociedade.

O processo de mobilização social se caracteriza como um movimento ativista que se detém em um problema que desestabiliza a sociedade e assim precisa ser

---

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: rafarpufsm@yahoo.com.br

[3] Profª. Drª do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Comunicação Midiática da UFSM email: fossa@terra.com.br

[4] O Ciberativismo é uma forma de ativismo realizado através de meios eletrônicos, como a informática e a internet. Na visão dos que o praticam, o ciberativismo é uma alternativa aos meios de comunicação de massa tradicionais, permitindo-lhes "driblar" o monopólio da opinião publica por estes meios, ter mais liberdade e causar mais impacto, ou é apenas uma forma de expressar suas opiniões. Diponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Ciberativismo

minimizado. Unidos por um imaginário futuro, as pessoas, que sentem-se responsáveis por uma mudança, unem-se em torno de objetivos que se traduzem nas ações ativistas destes grupos. É importante que os discursos dos produtores sociais[5], que promovem as mobilizações, sejam sensíveis a fim de conseguir convocar os indivíduos para desencadear o processo.

Os meios de comunicação têm um papel importante na construção de sentidos dos movimentos sociais. Por isso, os movimentos têm tomado os campos comunicacionais para se valerem enquanto atores sociais de mudança. Além dos meios tradicionais, a internet, enquanto rede interativa e colaborativa, tem se destacado ao democratizar a participação dos movimentos em seus espaços virtuais.

As redes dão liberdade de expressão aos processos de mobilização social, o que muitas vezes lhes é negado nas grandes mídias ou, se lhes é cedido um espaço, seus discursos são modelados conforme as estruturas ideológicas e mercantilistas dos mesmos, como argumenta Moraes (2001). Assim, a migração para a internet caracteriza o ciberativismo, em que os conceitos de cidadania e democracia migram também para esse espaço fluído com a intenção de promover a mobilização social.

O Greenpeace se apodera deste espaço e interage com seus públicos para estabelecer relacionamentos interdependentes que afetam o processo de mobilização. Relação essa que, conforme classifica Primo (2007), pode ser considerada com uma interação mútua. Assim, a organização, ao conseguir convocá-los à efetiva participação, materializa seus objetivos por meio das petições, por exemplo, levando ao ambiente físico seu movimento. Concomitantemente, as ciberações fortificam os vínculos entre o Greenpeace e seus ativistas que a cada nova conquista motivam a colaborar com o imaginário da organização, enquanto atores que produzem estes efeitos benéficos à sociedade.

2. A mobilização social no ciberespaço

A sociedade passa por diversas transformações e o Estado não é capaz de suprir todas as suas necessidades, assim partes da sociedade se organizam em grupos independentes para tentar minimizá-las. Dessa forma, os indivíduos se arranjam com um objetivo comum de diminuir os impactos causados pelos problemas a ser por eles solucionados. A união de esforços em prol de determinada causa e a convocação de

[5] Os produtores sociais são aqueles que, segundo Toro e Werneck (2004), criam condições para viabilizar a mobilização social, ao passo que lhe dá legitimidade. Para isso, é necessário que o produtor tenha objetivos de mudança de determinada realidade e convoque outros indivíduos para ajudá-lo.

indivíduos para que possam desencadear uma transformação caracteriza a mobilização social.

A mobilização social conforme Toro e Werneck (2004) se evidencia na convocação de vontades na busca de objetivos comuns que implicam em soluções visadas pelo grupo. A mobilização busca convocar as pessoas a participarem, mas o efetivo envolvimento dos indivíduos no movimento depende invariavelmente do seu grau de envoltura com a causa, bem como, com o sentimento de responsabilidade pela mesma e pelo seu desejo de mudança. Assim, para que a mobilização consiga atingir seu público é necessário que haja um propósito. Nas palavras de Toro e Werneck,

> esse propósito deverá estar expresso sob a forma de **um horizonte atrativo, um imaginário "convocante"**[6] que sintetize de uma forma atraente e válida os grandes objetivos que se busca alcançar. Deve expressar o sentido e a finalidade da mobilização, tocar a emoção das pessoas. Não deve ser só racional, mas ser capaz de despertar a paixão (2004, p. 37).

Se não há pré-estabelecido um objetivo claro e exeqüível, não há como conseguir a adesão das pessoas se nem mesmo os precursores do movimento sabem onde querem chegar com ele. Da mesma forma, deve haver um apelo emocional que toque e mobilize sensivelmente as pessoas já que sua participação voluntária lhe trará os objetivos alcançados pelo grupo. É importante ressaltar que as pessoas envolvidas nesse processo estão ali por compartilhar o mesmo objetivo do grupo, de maneira que as suas diferenças individuais não sejam anuladas, ao contrário, sejam respeitadas e somadas ao grupo, conforme acreditam Toro e Werneck (2004).

Quando a sociedade se responsabiliza pelas ações visadas por um objetivo maior que está contido no processo de mobilização, "ela adquire a capacidade de autofundação" (TORO E WERNECK, 2004, p. 28), ou seja, ela entende o seu poder transformador da realidade. Peruzzo (1998) chama atenção para o despertar da sociedade para resolver os problemas que estão inseridos em suas realidades. Mas não atender a uma convocação, para Toro e Werneck (2004), se traduz em responsabilizar o outro e não se comprometer com uma mudança passível pela sua própria participação. No momento em que se sente incapaz de alterar uma realidade, conduz-se a uma responsabilidade solitária do outro.

Resumidamente, para Toro e Werneck (2004), a mobilização social deve ter quatro bases sustentadoras: o imaginário, ou seja, os objetivos do processo, que não

[6] Grifo dos autores.

podem ser passageiros, ao contrário, devem estar amparados no futuro; o campo, onde atua cada integrante do movimento; a coletivização, como sentimento de pertencimento instigado pela circulação de informação; e finalmente o acompanhamento das atividades.

Quando os indivíduos decidem participar desenvolvendo atividades em prol da mobilização a qual foram chamados, eles devem sentir-se pertencentes ao grupo. A esse sentimento se dá o nome de coletivização. Assim, é importante que a comunicação faça parte desse processo para que as pessoas tenham certeza de que não estão agindo sozinhas e aquilo que por elas é desenvolvido tem um objetivo futuro e da mesma forma envolve outras pessoas em diferentes lugares que também articulam ações no mesmo sentido.

Assim, se valoriza a circulação de informações a fim de que a coletivização ampare a mobilização social. Os resultados alcançados devem estar visíveis em suportes midiáticos com o intuito de torná-los claros, conforme corroboram Toro e Werneck,

> o que dá estabilidade a um processo de mobilização social é saber que o que eu faço e decido, em meu campo de atuação quotidianamente, está sendo feito e decidido por outros, em seus próprios campos de atuação, com os mesmos propósitos e sentidos (2004, p. 14).

Isso possibilita que as metas e objetivos do processo de mobilização sejam disponibilizados de forma clara aos que de alguma forma têm a intenção de aderir ao movimento e mesmo aos que buscam informações sobre o assunto. Também no sentido de chamar as pessoas a colaborarem, a comunicação se identifica como um importante conceito a ser compreendido pelo seus idealizadores, da mesma forma os seus meios devem ser utilizados para conseguir atingir um maior número de pessoas a fim de que estas se engajem no movimento. Toro e Werneck (2004, p. 14) entendem o processo de mobilização "como um ato de comunicação. (...), mas exige ações de comunicação no seu sentido amplo, enquanto processo de compartilhamento de discurso, visões e informações".

Em conformidade com o pensamento de Castells, Henriques (2004) aponta como sendo uma das funções da comunicação articular as ações no processo de mobilização social para que elas não sejam esparsas e sem relação com os objetivos do movimento. Outra função citada por Henriques (2004) é a geração de vínculo com os públicos. O elo gerado entre eles se reflete na coletivização de seus participantes, bem como na co-responsabilidade dos atores que fazem parte das ações desenvolvidas.

A comunicação pode ser compreendida a partir de três aspectos, segundo Henriques (2004). O primeiro é seu caráter dialógico, em que há um encontro entre os sujeitos; ela também é libertadora, no momento em que não monopoliza o discurso, ao contrário, tenta juntamente com os outros indivíduos alcançar um processo de relação; e da mesma forma, ela é pedagógica, pois é agregada ao repertório dos indivíduos e modifica suas atitudes, após as informações serem recebidas e interpretadas.

A comunicação compartilha, com os integrantes do grupo e com a sociedade como um todo, a base fundamental para o qual se destina o movimento: seus objetivos, os resultados alcançados devido à participação efetiva dos integrantes da mobilização, entre outras informações. Além disso, a circulação de informações, nas palavras de Toro e Werneck (2004, p. 68), servem "para *ampliar as bases do movimento*[7], dando-lhe abrangência e pluralidade". Assim, mais pessoas podem participar do movimento, o que lhe confere também uma maior diversidade do grupo e enriquece tanto a atuação do grupo, bem como as idéias que podem ser adicionadas para a melhoria do processo de mobilização social.

Além da circulação de informações, a comunicação é importante na geração de vínculos. Eles precisam ser criados, sustentados e fortalecidos. Quando existe co-responsabilidade, há vínculos fortes estabelecidos entre os indivíduos e o processo de mobilização. A comunicação é significativa desde a convocação de vontades para a mobilização, assim como para a sua sustentação em informações disponibilizadas a todos para reforçar o sentimento de coletivização e o acompanhamento das ações desenvolvidas e resultados obtidos com as mesmas. Ademais, para Henriques (2004, p. 18), os meios de comunicação modificaram "a maneira como os movimentos se apresentam". Ainda segundo esse mesmo estudioso, os movimentos sociais buscam estar visíveis nos suportes midiáticos em busca do reconhecimento pela luta da causa, a qual defendem, e ao mesmo tempo para ampliar sua rede de atuação.

Peruzzo (1998) acredita que a comunicação no processo de mobilização social tem um caráter informativo, mobilizador, conscientizador, bem como democrático, este no que se refere a não utilização de meios massivos. A comunicação, nesse âmbito de atuação, se transforma com teores que contém reivindicações que almejam a transformação social. Com esse caráter, a comunicação nos movimentos sociais democratiza os papéis de emissores e receptores, eles não são rigidamente classificados,

[7] Grifos do autor.

pois têm liberdade para produzir e consumir as informações. Eles dinamizam o processo de circulação de informações, no momento em que permitem que haja uma amplificação dos valores simbólicos discursivos e fazem, com isso, emergir a cidadania também buscada pelos processos de mobilização.

A fim de que os movimentos sociais consigam atingir esses objetivos é necessário que eles estejam presentes nos meios de comunicação. As mídias de massa, nesse aspecto, têm importância porque, segundo acredita Fernandes (*apud* HENRIQUES, 2004, p. 18 e 19), ela dá "visibilidade ampliada das disputas e controvérsias existentes na vida social e se torna central para a divulgação das produções simbólicas que acontecem nos diversos campos sociais".

Os meios de comunicação tradicionais geram visibilidade aos movimentos sociais por seu hegemônico poder, mas os movimentos, muitas vezes, não conseguem penetrar nesses suportes e se isso acontece, sofrem algumas distorções por filtros devido às linhas midiáticas e econômicas dos suportes. Diante dessa situação, os processos de mobilização social tangem por caminhos institucionalizados ou mesmo por outros que não reprimam seus horizontes éticos.

A internet, diante dessa necessidade, vem ao encontro dos movimentos sociais para tornar visíveis seus processos. Segundo Moraes (2001, p. 125), os movimentos "descobrem no ciberespaço possibilidades de difundir suas reivindicações. E o que é desconcertante: sobrepujando os filtros ideológicos e as políticas editoriais da grande mídia". No ciberespaço, os movimentos sociais têm liberdade para expressar suas idéias e debater com pessoas que se interessam em ampliar a discussão com o intuito de fortalecê-la. Essa democracia é possível pelas linhas flexíveis da internet que possibilitam que os indivíduos se encontrem neste ambiente e possam, por meio de seus discursos, fortalecer os processos de mobilização social através da ampliação do debate, ao contrário do que ocorre nos meios massivos. Pensamento que é compartilhado por Moraes,

> esse modelo alternativo de expressão, apoiado em processos interativos, contribui para reduzir dependência aos meios tradicionais, com sua crônica desconfiança dos movimentos comunitários. O mosaico comunicacional da Web reforça, assim, os campos de resistência à concentração da mídia, permitindo que idéias humanistas se exprimam no perímetro do espaço político desterritorializado (2001, p. 129).

A discussão nesse ambiente não é delimitada pelos meios de comunicação tradicionais, assim há uma conversação horizontalizada, em que os indivíduos podem

livremente discutir sobre o assunto. Isso possibilita que os movimentos sociais sejam plurais em suas discussões, enriquecendo seus campos de atuação e ideológicos. Toda essa movimentação no ciberespaço autoriza que haja, nas palavras de Barbero *apud* Moraes (2001, p. 127), "grupos que, virtuais em seu nascimento, acabam se territorializando, passando da conexão ao encontro, e do encontro à ação". O conceito trabalhado por Moraes (2001) pode ser aproximado ao de Lemos (2004) que fala sobre o tribalismo, em que os sujeitos desejam estar juntos e seus encontros, imprescindíveis, acontecem no ambiente físico, mas proporcionados pela internet, onde as tribos se encontram virtualmente.

Além da liberdade dos embates entre os usuários, a internet é utilizada pelos movimentos sociais por algumas características benéficas que oferece a eles: "barateamento dos custos; abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia; autonomia para detonar campanhas (...)", conforme Moraes (2001, p. 129). A internet tem um alcance bastante grande e disseminação rápida de inúmeras informações, sendo estas controladas também pela audiência, que para Downing (2002) passa a ser ativa no processo de comunicação. Ela é capaz de receber as informações e articulá-las ao seu modo. Nos movimentos sociais, essa característica se torna importante, ao passo que dinamiza a relação entre os movimentos sociais, enquanto produtores de sentido social e os indivíduos, enquanto produtores de ações sociais.

Para esse estudioso, a mídia radical[8] responde à repressão dos hegemônicos meios tradicionais que silenciam ou ao menos diminuem o poder de voz dos indivíduos ou ocultam determinados fatos do conhecimento popular. Quando esse pensamento é traduzido nos movimentos sociais, a mídia radical vem suprir sua necessidade de liberdade de expressão bastante reprimida por esses meios. Dessa forma, procura-se alternativas de expressão de discursos; entre estas alternativas, o ciberespaço se caracteriza como um expoente desses suportes. Segundo as palavras de Póvoa (2000, p. 14), ela é um "poderoso equalizador social", que permite que haja relação entre os atores na rede e dinamização na circulação de informações pela sua característica interativa.

Segundo Castells (1999), houve uma modificação na estrutura das redes devido à possibilidade de construção de discursos de seus usuários. Essa realidade

[8] Para Downing (2001, p. 33), a mídia radical define-se como "a forma mais atuante da audiência ativa expressa as tendências de oposição, abertas e veladas, nas culturas populares".

democratizou a participação dos indivíduos na construção dos movimentos sociais, ao passo que eles se tornaram atores no processo de construção de sentidos nas redes. Isso se reflete claramente na transformação das relações sociais, como bem lembra o autor.

Não apenas os processos são reversíveis no âmbito social, mas as organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes simbólicos. No pensamento de Castells (1999, p. 78) "O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional".

A utilização da internet pelos movimentos sociais caracteriza o ciberativismo, sendo que os conceitos de cidadania e democracia, que são buscados pelos processos de mobilização social são transpostos para a internet. Assim, o ciberativismo pressupõe que haja uma ciberdemocracia e uma cibercidadania, que para Marzochi (2007, p. 4,) "já não se limita ao pertencimento à cidade ou ao território nacional". Assim, ainda como ela caracteriza, o indivíduo se compõe como uma "figura de um cidadão cibernético desterritorializado" (2007, p. 2). Ele busca por meio do espaço de redes fluídas e colaborativas participar de ações que promovam a cidadania.

A ciberdemocracia está, para Lévy (1999), nas práticas democráticas que podem utilizar-se das potencialidades do ciberespaço para afirmar suas políticas sociais. Ainda segundo este estudioso,

> a verdadeira democracia eletrônica consiste em encorajar, tanto quanto possível – graças às possibilidades de comunicação interativa e coletiva oferecidas pelo ciberespaço –, a expressão e a elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações por parte dos grupos diretamente afetados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e sua avaliação pelos cidadãos (LÉVY, 1999, p. 186).

Pode-se dizer que o ciberespaço democratiza o espaço de rede para que os indivíduos promovam sua cidadania. O ciberativismo, nesse cenário, vem somar-se às possibilidades que o cidadão possui de fazer-se sujeito. Nessa busca, o processo de mobilização, instigado pelo seu imaginário, também se faz para que os indivíduos tenham maior possibilidade de encontrar seu lugar cidadão na sociedade como atores dessas pressuposições.

3. Greenpeace como produtor social da mobilização social

A mobilização social se desenrola ao tomar um problema como seu imaginário passível de melhoria conforme a aceitação e envolvimento dos indivíduos, que tomados pela co-responsabilidade de ajudar, realizam ações que vão ao encontro dos objetivos do grupo. Diante desta gama de problemas enfrentados pela sociedade, a responsabilidade ambiental se configura como um deles.

O meio ambiente devido à ação do homem, bem como das indústrias, entre outros, passa por significativas alterações que estão modificando toda a vida existente no planeta. A degradação do meio ambiente, para o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), se caracteriza por

> [...] qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetem: (I) a saúde, a segurança e o bem-estar da população; (II) as atividades sociais e econômicas; (III) a biota; (IV) as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente; (V) a qualidade dos recursos ambientais; pode se constituir em impacto ambiental (FIALHO et al, 2008, p. 39).

Segundo Sherer-Warren (*apud* HENRIQUES, 2004) existem três tipos de movimentos sociais: os contestadores, que protestam e denunciam os problemas que defendem; os solidarísticos, que cooperam para a resolução de problema sociais; e por último, os propositivos, que almejam as mudanças por meio de projetos e propostas de mudança. Para Henriques os movimentos ambientalistas possuem característica

> contestadora (de repúdio à exploração e á degradação ambiental), solidarística (em relação aos seres-vivos em geral e aos próprios seres-humanos, vistos como irmãos ao compartilharem um mesmo planeta, uma mesma morada) e propositiva (propõe a preservação da natureza e a transformação da realidade através da mudança de valores, posturas e atitudes – reeducação cultural nas dimensões simbólica e pragmática) (2004, p. 64).

Diante do cenário ambiental devastado, houve um movimento mundial em prol do resgate da consciência ecológica para minimizar os impactos gerados contra a natureza. Essas ações se caracterizaram, em algumas instâncias, como um processo de mobilização social organizado por pessoas ou mesmo por instituições como é o caso do Greenpeace.

Essa organização atua em 43 países com o intuito de conscientizar as pessoas e as empresas a mudarem suas atitudes a fim de promover a responsabilidade ambiental. O Greenpeace foi criado em uma ação desenvolvida por 12 pessoas, em 15 de setembro

de 1971, em Vancouver, no Canadá. Especificamente no Brasil, a organização atua desde 26 de abril de 1990, sendo que seus escopos de trabalho no país são: Amazônia, Clima e Energia Renovável, Nuclear, Oceanos e Transgênicos.

O processo de mobilização social pode ser ativado por um grupo, por uma pessoa ou mesmo por uma instituição que divide com outros indivíduos um objetivo comum. Dentro desse movimento coexistem diversos papéis sendo que o desenvolvido pelo Greenpeace se ajusta ao de produtor social. Segundo Toro e Werneck (2004, p. 41), o produtor social se caracteriza como aquele "que tem a capacidade de criar condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra".

O produtor social "é responsável por viabilizar o movimento, por conduzir as negociações que vão lhe dar legitimidade política e social" (TORO e WERNECK, 2004, p. 41). A partir do momento em que o movimento detém a legitimidade e oferece condições para o desenvolvimento das ações, consegue mais facilmente convocar sentidos que participem do ideal do processo de mobilização. O produtor social tem múltiplas funções dentro do processo de mobilização social, assim como o de visionário para ações proativas; conhecedor da realidade na qual está inserida; condutor e identificador de reeditores, multiplicadores legítimos que reorganizam as mensagens ao seu público, e editores sociais, aqueles que constroem as informações que são disseminadas aos indivíduos, entre outras (TORO e WERNECK, 2004).

Para atingir seu público e desenvolver ações que vão ao encontro do seu imaginário, hoje, o Greenpeace faz da internet um de seus principais meios de divulgação, embora já tenha se posicionado contra esta tecnologia, segundo Moraes (2001). Mas considerando sua importância, penetrabilidade e espaço democrático, divulga as barbáries que agridem o meio ambiente no ciberespaço, ao passo que organiza ciberações ou mesmo atos em ambientes físicos.

A comunicação realizada pela organização é basicamente virtual[9], tanto que ela disponibiliza um site com características de cada país em que ela atua, pois além de se tratar de públicos distintos, o escopo de trabalho desenvolvido em um país não é o mesmo, varia de acordo com a demanda de cada lugar. O site do Greenpeace[10] oferece diversas ferramentas que podem ser utilizadas pelos usuários a fim de acompanhar as

[9] Lembrando que além da internet, ela busca a utilização de outros suportes, como a televisão, por exemplo, a fim de se comunicar com seus públicos.

[10] Diponível em: http://www.greenpeace.org/brasil

notícias divulgadas, bem como suas campanhas. Entre elas estão o *Orkut*, o *Twitter*, o *Facebook*, o *Flickr*, o *YouTube*, o seu *blog*[11] entre outros.

Todas estas ferramentas têm como objetivo divulgar as ações desenvolvidas pela organização, bem como mobilizar a participação de pessoas que se responsabilizem pela luta a favor da preservação do meio ambiente. Assim como afirma Toro e Werneck (2004), os processos de mobilização social devem informar seus públicos para que os mesmos desenvolvam o sentimento de co-responsabilidade. Ao mesmo tempo, a comunicação deve possuir discursos sensíveis[12] ao convocar os indivíduos para participem das ações. Além disso, todos os escopos de trabalho do Greenpeace possuem objetivos bastante claros, o que segundo Toro e Werneck (2004) ajuda na participação das pessoas, ao deixá-las seguras a respeito dos resultados que suas ações terão futuramente.

Como não poderia ser diferente, todo o movimento de mobilização buscado pelo Greenpeace ocorre no ciberespaço, lugar que ele se apropria para falar aos seus públicos. Assim, ele convoca as pessoas para que ajudem em seu processo de alguma forma, seja ela como voluntário, colaborador ou ciberativista.

O ciberativista é convidado a participar pelo seguinte discurso da instituição: "Proteste nas 'ruas' da internet"[13]. Dessa maneira, o usuário pode, segundo a organização, fazer toda a diferença no desenvolvimento das ações que protegem o planeta, tomando as seguintes atitudes: assinar as petições on-line; encaminhar os e-mails da instituição aos amigos; seguir o Greenpeace nas redes sociais; publicar suas notícias,vídeos, ou petições em blogs, sites e redes sociais; comentar as notícias; iniciar debates e fóruns sobre as campanhas do Greenpeace, incentivando a troca de conhecimento; tornar-se um colaborador. Através deste discurso convocante, o Greenpeace ainda salienta que tudo isso reforça a mobilização na rede[14].

Já o colaborador da organização ajuda com apoio financeiro, pois o Greenpeace não aceita doações de empresas, governos ou mesmo de partidos políticos. Além disso,

[11] O site do Greenpeace e suas ferramentas estão aqui apenas sendo comentadas para que entendamos como é estruturada a comunicação principal dessa organização, a comunicação no ciberespaço, pois o intuito do trabalho não é analisar o seu site.

[12] Exemplo retirado do site da organização: "Nós acreditamos que a mudança de atitudes individuais pode fazer uma grande diferença para o futuro do planeta. Juntos, nós podemos enfrentar os problemas e promover soluções". Diponível em: http://www.greenpeace.org/brasil

[13] Palavras retiradas do site. Diponível em: http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/

[14] Palavras retiradas do site. Diponível em: http://www.greenpeace.org/brasil

ele também participa das ciberações e das campanhas realizadas. O voluntário é aquele que vai às ruas e participa das campanhas que se traduzem no ambiente físico, que se materializam, como diz Barbero *apud* Moraes (2001). Suas ações visam atos não violentos e criativos a fim de chamar a atenção das pessoas e organizações para os impactos gerados ao meio ambiente.

Os voluntários brasileiros estão divididos em oito cidades: Belo Horizonte, Brasília, Manaus, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Para participar do trabalho voluntariado, que no Brasil é regulamentado pela lei 9.608, de 18 de fevereiro de 1998, é necessário que um formulário, disponibilizado no site, seja preenchido e enviado ao coordenador da respectiva cidade. Assim, a pessoa participará de um processo seletivo, que varia sua regularidade de acordo com o número de inscritos para o processo. Atualmente, o Greenpeace conta com 4.384.000 ciberativistas e mais de 3.875.000 colaboradores no mundo todo, sendo que no Brasil, ela soma mais de 250 voluntários, 47 mil colaboradores e 300 mil ciberativistas.

As ações acima citadas desenvolvidas pelo Greenpeace, como convocações de vontades, partem de uma premissa importante no ciberespaço em relação aos movimentos sociais: a interação mútua trabalhada pelo estudioso Primo (2007). Este autor, baseado na condição complexa relacional da comunicação, distingue dois tipos de interação que ocorrem, as interações mútuas e reativas. A interação é uma ação que ocorre entre os indivíduos, que ele denomina interagentes. Ainda em seu pensamento, interação reativa seria uma ação maquínica de estímulo behaviorista, dada pelo par estímulo-resposta. Ao contrário, a interação mútua visa construir relações cooperadas entre os interagentes. Assim, a reação de um dos atores da relação leva à construção do outro sujeito, sucessivamente, assim há um relacionamento interdependente entre eles.

O Greenpeace não pode fugir da interação homem-máquina, que caracteriza a interação reativa, pois se apodera das redes para formar seu discurso. Da mesma forma, ele também não deixa de manter uma interação mútua com seus públicos. Isso se pode ser notado quando há a materialização das ciberações que podem ser desenvolvidas pelos ativistas. No site do Greenpeace, normalmente, há listas de discussões, petições, entre outros, que ao serem assinadas pelos seus públicos, principalmente pelos ciberativistas, são transpostas para o ambiente físico e organizadas para o propósito para o qual foram formuladas[15].

[15] Exemplo retirado do site da organização para evidenciar a efetividade das ciberações e suas conseqüentes e interdependentes relações entre os atores envolvidos: Em 2006, o Greenpeace publicou o relatório "Comendo a

Dessa forma, pode-se notar que há uma interação entre a mobilização social realizada pelo Greenpeace, que consegue a partir da participação dos ciberativistas, desenvolver as ações para as quais se propõe, ao passo que também se legitima enquanto produtor social. Da mesma forma, os ativistas que ao perceberem que suas ações na rede possibilitam o desencadeamento da ciberdemocracia, bem como da ciberdadania, sentem-se motivados em participar desse processo de mobilização. Além da interdependência de suas ações, nota-se também que seus vínculos se fortalecem e a sociedade se beneficia com esse processo.

A partir do que foi exposto, considera-se a internet um importante suporte para a nova realidade de atuação do processo de mobilização social a fim de que ele consiga alcançar o seu imaginário e melhorar a sociedade como um todo. Mas ela deve fazer parte de uma estratégia de comunicação que envolva outros aparatos com o intuito de que o processo esteja presente e visível em diversos campos.

Apesar da hegemônica ideologia dos meios tradicionais, segundo acredita Downing (2002), eles são importantes pelo seu alcance e pela tradição, assim os meios alternativos quando se unem àqueles e se tornam complementares, pois enquanto um oferece penetrabilidade, o outro dá liberdade de expressão àqueles sujeitos que tem seus discursos distorcidos pela grande mídia. Nas palavras de Peruzzo (1998, p. 157), a comunicação nesses processos busca "proteger-se do mercantilismo da mídia". Mas Moraes entende que há uma "relação de confluência, de acréscimo e de sinergia entre o concreto e o virtual, resultante, de um lado, da progressiva hibridação tecnológica e, de outro, do somatório de possibilidades que nenhuma das partes, isoladamente, alcançaria" (2001, p. 145 e 146). Assim, pode-se dizer que os suportes se complementam a fim de que haja um legítimo processo de mobilização social que efetivamente consiga alcançar seu imaginário futuro.

4. Considerações finais

Diante do que foi exposto, considera-se a mobilização social como um importante processo que promove a democracia, bem como a cidadania por meio da convocação de vontades para desenvolver ações que estejam claras em objetivos definidos e que vão ao encontro do imaginário de transformação idealizado pelo

Amazônia", detalhando como a demanda mundial por soja produzida na região alimenta a destruição da floresta. A rede McDonald's foi a primeira a responder à denúncia, eliminando a soja amazônica de sua cadeia de suprimentos. No mesmo ano, a campanha obteve uma conquista importante, a criação de uma moratória de dois anos na compra de soja proveniente de novos desmatamentos na Amazônia. Diponível em: http://www.greenpeace.org/brasil

movimento. Além disso, os movimentos sociais possibilitam que os indivíduos possam desfrutar de seus direitos de uma vida mais digna, desde que, mediante seus deveres, colaborem para que isso se concretize.

O ciberativismo faz emergir a uma concepção alargada de política, ou seja, uma elevação de questões do cotidiano na agenda pública: novos movimentos sociais e redes pelas quais articulam seu discurso na busca por visibilidade, credibilidade e legitimidade. É o que se pode denominar a constituição de uma esfera de debate público midiatizada onde a diversidade das intencionalidades formalizadas por meio do discurso possa representar espaços anteriormente abafados pela abrangência dos meios de comunicação de massa e pelos entraves da política institucionalizada.

Essas características fizeram da internet um meio expoente no tocante aos processos de mobilização social. O Greenpeace é uma organização que se vale dessa mídia para divulgar suas ações, sensibilizar os indivíduos e convocá-los a participar das ações que tem como objetivo diminuir os impactos que agridem violentamente o meio ambiente. A construção de relacionamentos instituídos entre a organização e seus públicos legitima este movimento e faz com que alcance expressivas ações, em consonância com o seu escopo de trabalho amparado em seu imaginário de atuação.

O novo contexto, possibilitado pela sociedade em rede, permite aos movimentos sociais fazer incursões discursivas, produzir informações e exercer influência na construção da cena política, o que nos leva a inferir que a flexibilidade das tecnologias de informação e de comunicação amplia as alternativas dos lugares de produção discursiva por meio de mídias mais flexíveis. A flexibilidade das tecnologias digitais resulta na descentralização do poder ao permitir, como por exemplo, ao Greenpeace colocar em circulação, na esfera pública midiatizada, a sua própria significação dos acontecimentos do mundo, propondo um debate além das vias institucionais da política e da grande mídia.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical:** rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.

FIALHO, Francisco Antonio Pereira. et al. **Gestão da Sustentabilidade:** na Era do Conhecimento. Florianópolis: Visual Books, 2008.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea** – 2ªed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

MORAES, Dênis de. **O concreto e o virtual:** mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

PERUZZO, Cicilia Kroling. **Comunicação nos movimentos sociais**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

PÓVOA, Marcello. **Anatomia da Internet:** investigações estratégicas sobre o universo digital. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2000.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

TORO, Jose Bernardo A.; WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social:** um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

CIBERATIVISMO. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ciberativismo>. Acesso em 22 de junho de 2010.

GREENPEACE. Diponível em <http://www.greenpeace.org,/brasil>. Acesso em 20 de junho de 2010.

MARZOCHI, Samira Feldman (2007). **Cidadania cibernética como construção não-governamental**: o *cyberativismo* do Greenpeace. Disponível em <http://www.sbsociologia.com.br/congresso_v02/papers/GT10%20Estado,%20Cidadania%20e%20Identidade/Cidadania%20cibern%E9tica%20como%20constru%E7%E3o%20n%E3o-governamental.pdf>. Acesso em 12 de junho de 2010.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti (2003). **Redes e ciberativismo**: notas para uma análise do centro de mídia independente. Disponível em<http://bocc.uff.br/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>. Acesso em 12 de junho de 2010.