



O Uso da Rede Avaaz.org para a Paz Transpolítica e a Mobilização Social em Contextos Digitais ¹

Débora de Carvalho PEREIRA²

Núcleo de Estudos das Mediações e Usos Sociais do Saberes Digitais – NEMUSAD
Escola da Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais,
Belo Horizonte, MG

Resumo

A partir das reflexões sobre os paradoxos da sociedade em rede, que permite tanto o fluxo de capital e produtos quanto a emergência de uma agenda global de solidariedade, é realizada uma análise exploratória do site Avaaz.org, que dinamiza a mobilização social em campanhas em contextos digitais. É observado o movimento de ‘paz transpolítica’, organizado em contexto digital que, se por um lado provoca o imaginário mundial a atuações concretas, por outro esvazia o sentido de profundidade dos movimentos sociais.

Palavras-chave

Redes Sociais; Mobilização Virtual; Paz Transpolítica; avaaz.org

Introdução

As novas tecnologias da informação e comunicação tornaram as situações sociais do mundo mais conhecidas para todos os povos que possuem um mínimo de acesso à rede mundial de computadores. A chamada Sociedade em Rede (CASTELLS, 2002) ou Sociedade da Informação (MATTELART, 2006), assim como possibilita a padronização cultural e aumenta o fluxo de capital e produtos, constituindo um mega mercado global (TAYLOR, 2008), permite o intercâmbio de solidariedade e promove a emergência de uma agenda global de fraternidade (DEBRAY, 2009) que transcende visões tribais do mundo.

Esse paradoxo entre o que é tribal e o que é global já foi aclamado por muitos autores como uma terceira categoria, o *glocal* (ANTOUN, 2001, TRIVINHO, 2005), que equivale a uma instância de mixagens culturais. Trivinho (2008) entende que o glocal pode ser resumido na interface de cinco elementos: 1) existência de tecnologia da

¹Trabalho apresentado ao GP Cibercultura, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² É jornalista, pesquisadora do Núcleo de Estudos das Mediações e Usos Sociais dos Saberes e Informações em Ambientes Digitais (Nemusad) e pesquisadora colaboradora do Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre Psicoativos (Neip). Atualmente, é doutoranda em Ciência da Informação pela UFMG, pesquisa financiada pela SerTãoBras. E-mail: debcarpe@gmail.com



informação (independente da sua finalidade); 2) experiências em tempo real que articulam contextos sociais diversos e pulverizados; 3) fluxos semióticos (que promovem a circulação sógnica na rede); 4) existência de um sujeito (usuário informacional, que pode ser coletivo, individual ou institucional) e 5) “relação de acoplamento entre subjetividade/corpo e tecnologia/rede” (TRIVINHO, 2008, p. 213).

Para o autor, a visibilidade mediática proporcionada por estas interações do global e local, através da tecnologia, desenvolve uma dimensão cultural polissêmica das redes, nas quais os signos aparecem e desaparecem, em disputas simbólicas por espaço e formação de opinião.

Segundo Trivinho (2008) essas dinâmicas culturais e tecnológicas levam a um estado de ‘violência transpolítica’, que escapa da administração controladora do estados e nações, e também ultrapassa as vontades dos sujeitos ou das instituições:

Diz-se da violência transpolítica, pois, a empiria processual epocal que, em sua instauração social e em seu desdobramento histórico, transcende a capacidade executiva acumulada do **imaginário instituído**³ nessas e dessas instâncias multilaterais, seja em âmbito regional, nacional ou internacional. (TRIVINHO, 2008, p. 220)

Trivinho, de maneira tanto quanto pessimista, conceitua este fenômeno da ‘glocalização’ como ‘violência’ por acreditar que os acordos sociais e o imaginário coletivo têm uma dimensão essencialmente pleonástica e tautológica, embora travestidos de novidade, pois somente reproduzem e calcificam ainda mais a massificação das culturas. Corroboramos com Trivinho (2008) que este é o cenário atual da pós modernidade, das velhas idéias digitalizadas com roupagens novas. Porém, este artigo é animado por um outro espírito, que acredita que com a globalização “um novo mundo é possível” (Santos, 2002A), na qual a interoperabilidade entre dispositivos e a unicidade da técnica, mais do que facilitarem o aumento da troca de informações, promovem a união de pessoas interessadas na “elaboração de um novo *ethos* e de novas ideologias e novas crenças políticas, amparadas na ressurreição da idéia e da prática da solidariedade” (SANTOS, 2002A, p. 167-168).

Dentro deste cenário social paradoxal, surge a rede em ambiente digital Avaaz (que significa “voz” em várias línguas asiáticas, européias e do Oriente Médio). Basicamente, através da articulação de atores de diferentes partes do mundo, são identificadas causas de injustiça social. A mobilização se dá através de campanhas por

³ Grifo nosso.



e-mail e disseminação em redes sócio-técnicas na internet a fim de recolher assinaturas digitais, com objetivo de pressionar políticos a transformar as legislações nacionais por causas específicas:

Avaaz.org é uma nova rede de mobilização global com uma simples missão democrática: acabar com a brecha entre o mundo que nos temos, e o mundo que queremos. A maioria das pessoas do mundo querem proteções mais fortes para o meio-ambiente, um respeito maior pelos direitos humanos, esforços concretos para acabar com a pobreza, corrupção e guerra. Contudo a globalização enfrenta um déficit democrático enorme enquanto as decisões internacionais são formadas pelas elites políticas e inúmeras empresas privadas – não pelas visões e valores de pessoas no mundo. (online)⁴

O fato das decisões internacionais importantes serem tomada por elites privilegiadas é exemplo da violência transpolítica. A fim de combater essa realidade, em busca da ‘paz transpolítica’, os idealizadores do Avaaz empreendem estratégias de comunicação em rede. Para compreender este processo, este artigo explica primeiramente os paradoxos da cultura em rede (1) na sociedade contemporânea, para em seguida explicar sobre a formação das redes sócio-semânticas e do papel nebuloso dos sujeitos em suas vias de comunicação (2). Em seguida, é apresentado o estudo de caso sobre o site da rede Avaaz (3) e as considerações finais (4).

1) Os Paradoxos da Cultura em Rede

Se considerarmos a rede como uma forma de comunicação, tudo o que é concretizado por meio dela deve ser visto sob a ótica da circulação da informação e dos valores a ela conectados. Portanto, redes podem ser:

toda infra-estrutura, permitindo o transporte de matéria, de energia ou de informação, e que se inscreve sobre o território onde se caracteriza pela topologia de seus arcos de transmissão, seus nós de bifurcação ou de comunicação. (CRUEIN, *apud* SANTOS, 2002B, p. 262)

Santos (2002B) crê em redes como um suporte corpóreo do cotidiano, ou seja, algo que se orienta pelas práticas sociais, que provoca um impacto, não só oriundo da técnica, mas do ‘mundo da vida’. O autor (SANTOS, 2002B) define três momentos da ‘vida em rede’, que evolui de um nível bem simples para um mais complexo, à medida que o uso da tecnologia impõe o caráter deliberativo na constituição das redes. No primeiro

⁴ Disponível em <http://www.avaaz.org/po/about.php>, acessado em 5 de maio de 2010.



momento essa constituição era espontânea, entre pequenas relações cotidianas; necessitava pouco engenho humano para fluírem dados naturais entre atores, pois o próprio consumo era menor. Quanto mais avança a civilização, surgem ‘rugosidades’⁵ - a necessidade de corrigir e melhorar o território por intermédio das redes – ou seja, o segundo momento é marcado pela ampliação do consumo, que demanda o estabelecimento de unidades funcionais de relações para além das fronteiras, que tratem de questões econômicas, fiscais, diplomáticas, militares e políticas. Já no terceiro momento, o fenômeno das redes se torna absoluto, ubíquo. Potencializada pelo uso da tecnologia, implementa-se uma sociabilidade à distância, onde o tempo social coincide com o tempo dos dispositivos técnicos e a memória social (em permanente transformação) encontra-se quase totalmente objetivada em dispositivos técnicos (LÉVY, 1993).

Essa condição do homem moderno permite a constatação, segundo Augé (2006), de alguns paradoxos – o mundo unificado e dividido, a solidão povoada de conexões, os lugares desprovidos de contexto cultural relacionado à sua posição geográfica – como os *shoppings centers*, aeroportos, hotéis de padrão internacional, auto-estradas - que o autor chama de ‘não lugares’ (AUGÉ, 2006, p. 101). Dessa forma, esses espaços urbanos genéricos não tornam possível que o visitante faça uma leitura identitária e histórica da sua origem, pois foram transformados de acordo com uma ‘planetarização’, portanto, também não permitem que neles se inscrevam relações sociais duradouras. Como afirma Santos: “*As redes são um veículo de um movimento dialético que, de uma parte, ao mundo opõe o território e o lugar; e de outra parte, confronta o lugar ao território tomado como um todo*” (SANTOS, 2002B, p. 270).

A densidade técnica mais a densidade informacional promovem uma alienação dos espaços e dos homens, que leva à desconexão entre sujeitos e territórios. Weissberg (2004) acrescenta que, ao mesmo tempo em que ocorre uma negação das fronteiras, coletividades territoriais usam as redes e a tecnologia para reforçar seus laços. Outro fator ambíguo é que a presença à distância não dispensa o transporte, pelo contrário, intensifica-o. De forma inteligente, Sistemas de Informação Geográfica promovem a ‘espacialização da informação’, em mapas híbridos de território e espaço informacional,

⁵ Rugosidades sociais podem ser consideradas todas as dificuldades que impedem uma forma de relação tranqüila, ou seja, impedem a circulação mais livre de uma economia global, segundo Santos (2002B). Na leitura de Lemos (2008), rugosidades são como espaços estriados, controlados pelo Estado, (Deleuze e Guattari, 1980:479, apud Lemos, 2008, p.6), ao contrário dos espaços lisos e de fuga do controle facilitados pelos ciberespaço, como blogs e redes P2P de troca de arquivos sem recolhimento de impostos ou direitos autorais.



nos quais procedimentos geoestratégicos cruzam dados da topografia tradicional com informações abstratas (histórias, econômicas, psicológicas). Entre a proximidade e o afastamento, a rede não dissolve a noção de lugar, mas a re-contextualiza, misturando “unipresença física e pluripresença mediatizada” (WEISSBERG, 2004, p. 121) fenômeno que alguns autores chamam de *glocalização* (ANTOUN, 2001; WEISSBERG, 2004), ou seja, fala-se de sistemas de informação e mídia global, mas seu uso é local, o que provoca uma demarcação da natureza do espaço pela localização social dos atores engajados no intercâmbio à distância de fluxos de informação.

Essa fluidez de dados é catalisada, segundo Santos (2002B), pela realização conjunta de três possibilidades provindas da existência de: 1) Formas perfeitas universais, fruto da nova evolução técnica da informação tornada ubíqua e instantânea; 2) Normas universais (tratados, protocolos e acordos entre países e atores institucionais diversificados) e 3) Informação Universal⁶, ou a pretensa vontade de um discurso universal. O autor (Santos, 2002A) interpreta a globalização – e seu conceito de redes flui dessa concepção - como consequência da unicidade da técnica, da interdependência funcional, da convergência dos momentos e do aumento da troca de informações. O espaço unipolar de dominação, pois, é possibilitado pelas novas conexões de comunicação e tecnologia – ou seja, as redes de informações e de fluxo de capital. Santos (2002A) vai do julgamento da globalização, como ‘perversa’, a uma visão (ou desejo) de que um senso comum mais justo desperte a esperança de que ‘um novo mundo é possível’, o despertar de um senso comum, resultante do entendimento progressivo do planeta.

2) A formação das redes sócio-semânticas e a nebulosidade dos sujeitos

A Web 2.0 permite a redução de intermediários no acesso a informação em ambientes digitais e a intensificação dos fluxos informacionais. Observa-se uma sobreposição de atores sociais manifestando diversos discursos, emitidos por identidades comunicacionais autônomas. As novas práticas sociais em rede possíveis nos ambientes digitais propiciam a experimentação da identidade pautada por dados fornecidos e pelo compartilhamento em rede.

⁶ Armand Mattelart (2006) utiliza a expressão “Nova Ordem Mundial da Informação”, ao expressar seu desejo de “*uma sociedade civil ampliada, preocupada por inserir a questão da técnica no porvir da democracia*” (MATTERLART, 2006, P. 246)



Através dessas redes, e suportando-as, dispositivos técnicos advinham e prevêm comportamentos comunicacionais e de consumo, como por exemplo quando o Orkut sugere um amigo, ou quando uma livraria virtual oferece livros relacionados aos conteúdos das últimas compras. Links, textos, filmes, músicas e avatares são índices do caráter efêmero dos objetos em rede e da existência de uma nova tipologia documental híbrida. É necessário, portanto, compreender os regimes de ação, atores e espaços que ocorrem em torno da informação de uma perspectiva da significação negociada e produzida.

Para Cointet (2009), comunidades de saberes resultam de aglomerações de indivíduos que interagem numa rede social ligada a um domínio de interesse ou especialização partilhada. Segundo o autor (COINTET, 2009), a partir da interação em sistemas sociais complexos onde trafegam conteúdos distribuídos, o saber adquire um sentido mais amplo: é o conjunto de processos que dão lugar à produção de artefatos culturais variados, distribuídos, discutidos e negociados em uma rede social. Observa-se que os engajamentos sociais se processam em variados canais. Se é possível, por um lado, identificar a agregação semântica que caracteriza certas tribos e comunidades, por outro estes laços são perenes e heterogêneos.

A agregação semântica permite caracterizar as redes cognitivas (COINTET, 2009), que revelam acordos semióticos e são a combinação de três redes em evolução: a rede social, que traduz as interações inter-individuais; uma rede sócio-semântica ou sócio-semiótica, que descreve como as entidades se mobilizam; e uma rede semântica, referente às estruturações no conjunto de entidades semióticas. Dessa forma, atores sociais, grupos, percursos, linguagens, documentos e práticas informacionais negociadas manifestam um *background* semântico. Este *background* pode evidenciar a formação de uma ideologia, ou a constatação de um hábito, ou a existência de um conflito perceptível em passeatas e protestos nas ruas.

Por outro lado, a circulação de vestígios informacionais, potencializada pelo barateamento e fácil acesso aos dispositivos técnicos, fornecem matéria prima para estudos sobre comportamentos humanos. E mais, permitem a visualização de estados sociais, da formação e alteração de valores pelas tecnologias de comunicação, ou o monitoramento da evolução das competências cognitivas (REGIS, 2009). Há ferramentas que permitem o acompanhamento da popularidade de termos na internet em



tempo real, como o Google *Insights*⁷, indicam qual a tendência das opiniões para a formação de ideologias e fazem surgir o fenômeno da vigilância descentralizada que envolve uma série de ações estéticas, políticas e sociais.

Mas, é fundamental desconfiar do sonho da transparência ‘*bottom-up*’ que este panóptico participativo produz. Muitos governos e empresas estão interessadas nessas informações, a fim de manipular as ideologias políticas e do consumo. Por outro lado, com a Web 2.0⁸ surge uma multidão de pessoas interessadas em compartilhar em ambientes digitais informações sobre empresas e governos, a fim de monitorar, por exemplo, suas práticas de responsabilidade social:

Sous l’effet conjugué du développement des Technologies et de La professionnalisation de la société civile, un réseau efficace de vigilance a vu Le jour, accessible a tous les citoyens, à la fois source d’information pour les médias et organe de surveillance et de dénonciation des institutions, publiques et privées, dérogeant à leurs responsabilités environnementales et sociales (BERHAULT, 2008, p.25).⁹

Essa prática, de compartilhamento coletivo e em rede de informação, resulta em ações no mundo da vida (político, econômico, cultural) por exemplo, o boicote a empresas e produtos da Nike e da Shell (BERHAULT, 2008; KLEIN, 2004), eventos como Fórum Social Mundial e a proliferação de ONGs defensoras dos direitos humanos pelo mundo. Os rastros digitais são vestígios significativos, que comprovam o caráter panóptico da tecnologia. O agente em ação é meio de expressão e comunicação com o ambiente, deixa rastros textuais, observados nas dinâmicas sociais e semânticas online na contemporaneidade. O avatar é o produto da tensão entre dois universos que não são regidos nem pelas leis físicas, nem pelas leis morais. A nebulosidade que envolve o sujeito informacional resulta em alguns problemas de pesquisa, como citado por Frota:

o da representação do conhecimento numa sociedade na qual é cada vez mais difícil atribuir sentido à informação: os sujeitos informacionais se agregam a uma pluralidade de coletivos e redes sociais; os suportes informacionais são moventes e desigualmente distribuídos e apropriados e, finalmente, no campo das ações informacionais, as fronteiras entre os produtores, os organizadores e os utilizadores de informação são cada vez mais porosas e fluidas. (FROTA, 2007, p.55)

⁷ Disponível em <http://www.google.com/insights>, acessado em 31 de maio de 2010.

⁸ Conjunto de práticas e princípios que definem padrões e modelos de negócios para uma nova geração de softwares e aplicações web. (O’Reilly e Dougherty, 2004)

⁹ Tradução própria: “Sob o efeito conjugado do desenvolvimento das Tecnologias e da profissionalização da sociedade civil, surge uma rede eficaz de vigilância, acessível a todos os cidadãos que é ao mesmo tempo fonte de informação para as mídias e órgão de vigilância e denúncia de instituições públicas e privadas que desconsideram suas responsabilidades ambientais e sociais”



A identidade performativa deste sujeito, ou sua representação indicial se manifestam pela interface do computador, gerando novas formas de presença e certificação. Este fenômeno evidencia que o campo da Comunicação Social deve se reposicionar ao considerar práticas de comunicação nas quais o sujeito é diluído pelo digital e pensar sobre novos parâmetros para organizar a comunicação nos meios digitais.

Esse sujeito, finalmente, também se apresenta paradoxalmente na pós-modernidade. Segundo Machado (2002), ao mesmo tempo em que ele tem mais possibilidades de se expressar, por multicanais acessíveis, “o sujeito se torna anônimo, sem identidade (porque em essência, é uma máquina que vê e enuncia), mas o seu papel estruturante, o seu papel “assujeitador” é potencializado” (MACHADO, 2002, p. 88).

Essa potencialização se dá principalmente pela apropriação de ferramentas técnicas para fins sociais, conforme acontece na dinâmicas do site Avaaz.org, descrito no próximo item.

3) Avaaz.org e as dinâmicas virtuais de mobilização social

A metodologia para apreensão do objeto em questão foi bastante simples. Primeiramente, a partir de navegação exploratória, é descrita a arquitetura da informação do site e a organização das campanhas, separadamente, pelos idiomas disponíveis. Foram realizadas análises comparativas da visibilidade de duas campanhas (contra o apedrejamento de mulheres iranianas adúlteras e contra a legalização da caça às baleias) nos diferentes idiomas. Foi verificada ainda como se dá a interoperabilidade com outros dispositivos da Web 2.0.

A Avaaz.org foi fundada em 2007 pelas organizações Res Publica¹⁰, um grupo de advocacia global da sociedade civil, e pelo MoveOn¹¹, um grupo de ativismo online dos Estados Unidos. A sua equipe de colaboradores é composta por “empreendedores sociais com experiência de trabalho tanto em questões de justiça global quanto em novas técnicas de mobilização virtual”¹².

A equipe da Avaaz é composta por um grupo de coordenadores de campanhas globais em países diferente, que são responsáveis por identificar e desenvolver a mobilização.

¹⁰ Disponível em <http://therespublica.org/>, acessado em 5 de maio de 2010.

¹¹ Disponível em <http://www.moveon.org/>, acessado em 5 de maio de 2010.

¹² Informação disponível em <http://www.avaaz.org/po/about.php>, acessado em 15 de julho de 2010.

Esta equipe consulta os membros do conselho da Avaaz sobre a pertinência e as prioridades das campanhas enquanto assuntos de política internacional. Entre os destaques, há campanhas pelos elefantes na África, pelo direito de ser gay na Uganda (que neste país os homossexuais são condenados à morte), pela conservação da floresta amazônica, contra o aquecimento global, ajuda ao Haiti, apoio ao Dalai Lama, contra a corrupção no Brasil etc.

A tradução das informações do site e da lista de discussão por emails é operada em 13 idiomas: inglês, espanhol, francês, português, italiano, alemão, holandês, árabe, russo, hebraico, japonês, coreano e chinês (simplificado e tradicional). Cada idioma possui uma página personalizada, acessível pela página inicial, conforme a figura 1, que utilizam o mesmo sistema de gestão de conteúdos e mesmo design.



Figura 1 – Página inicial do Avaaz, disponível em www.avaaz.org

Ao se cadastrar no campo disponível (ícone de envelope na Fig. 1) para receber alertas sobre as campanhas, o usuário se informa sobre problemas globais e recebe uma convocação de mobilização, como assinar algum manifesto digital e em seguida repassar a mensagem para outros contatos, o que gasta pouco tempo e nenhum dinheiro (a não ser que queira contribuir financeiramente), mas resulta no aumento da força coletiva do movimento.

Além dessa mobilização inicial, as pessoas são motivadas a escrever mensagens aos líderes políticos (como ocorreu no encontro internacional sobre o aquecimento global, em Copenhague, em dezembro de 2009), a telefonar para números de autoridades disponibilizados no site (que inclusive orienta sobre as questões que devem ser abordadas no telefonema), a organizar manifestações pelo mundo (como o *stripmob*¹³ realizado em Roma, contra o aquecimento global) ou a doar dinheiro para causas

¹³ Vídeo disponível em http://www.youtube.com/watch?v=LJ2q3Sry2hI&feature=player_embedded, acessado em 3 de julho de 2010.



específicas. No site é informado que foram realizadas 22.661.148 ações de mobilização em 2010.

Os sites da Avaaz organizam a sua informação, em um primeiro nível, nas seguintes seções: Destaques; Enviar; Mídia; e Quem Somos; conforme a tabela 1. No entanto, na barra lateral direita de todas as páginas do site há dois ícones/links recorrentes, um para colaboração financeira (Fig. 2) e outro de ‘avise seus amigos’ (Fig. 3), além de ícones/links específicos para divulgar determinadas campanhas. Na seção ‘Mídia’ há, na barra lateral direita, um formulário especial para quem trabalha com imprensa.

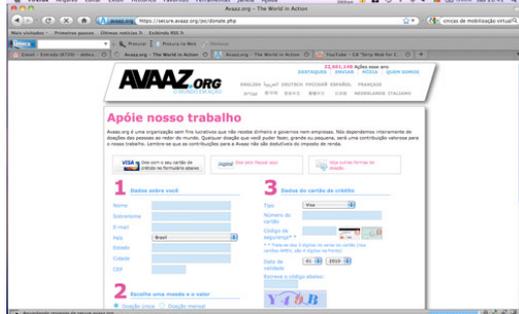
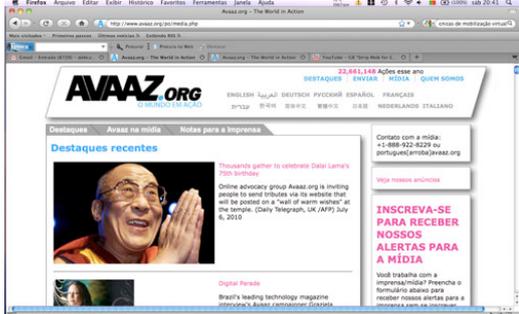
 <p>Destaques: resumos informativos das campanhas realizadas, com registro audiovisual;</p>	 <p>Enviar: na qual o usuário se cadastra insere seus dados e contribui financeiramente;</p>
 <p>Mídia: registro de todos os veículos que ecoaram as campanhas e protestos, através de links externos.</p>	 <p>Quem somos: na qual se apresenta pequeno histórico do movimento e a lista dos ‘empreendedores sociais’.</p>

Tabela 1: primeiro nível da Arquitetura da Informação do Avaaz.



Figura 2: ícone que liga à página de colaboração financeira.



Figura 3: ícone que liga à página com formulário automático para enviar emails e que possui interoperabilidade com redes sociais.

No entanto, as páginas de cada idioma apresentam particularidades, em relação a dar maior ou menor espaço para determinada causa. Por exemplo, a mobilização contra a legalização da caça das baleias é visível na página inicial dos idiomas ingles, português, alemão, francês, holandês, italiano e hebraico. No entanto, estranhamente não está presente no site do idioma em japonês, sendo que o Japão é um dos países que mais praticam a caça e consomem a carne de baleia.

Outra incoerência é a campanha contra o apedrejamento de mulheres adúlteras no Irã (Fig. 4) estar presente apenas nos idiomas ingles, português, alemão e francês. Ou seja, não está disponível em árabe, nem em hebraico.



Figura 4: página inicial no idioma português, com destaque para campanha contra o apedrejamento de mulheres iranianas.

O uso da imagem nessa campanha também é controverso. Na página inicial dos idiomas em que está presente a chamada ‘Acabe com o apedrejamento’, aparece a figura de uma mulher enterrada com várias pessoas em volta, passantes, como que insensíveis a esta situação. No entanto, ao clicar no link ‘Mobilize-se agora’, para assinar a petição global, encontramos em outra página (Fig. 5) o crédito e a legenda da referida foto, que explica que na verdade a imagem ilustra uma iraniana ativista encenando, em Bruxelas, um protesto contra essa situação, e não uma mulher sendo apedrejada, como se dá a entender na página inicial.

Acabe com o apedrejamento!

Semana passada, **clamores globais massivos impediram a morte por apedrejamento** da iraniana Sakineh Mohammadi Ashtiani.

Mas Sakineh ainda pode ser enforcada, e hoje, outras **quinze pessoas aguardam execuções por apedrejamento**, onde as pessoas são enterradas até o pescoço e grandes pedras são atiradas nas suas cabeças.

A campanha internacional dos corajosos filhos de Sakineh mostra que a **condenação global funciona**. Vamos tornar o apelo desesperado dessa família em um movimento pelo **fim do apedrejamento para sempre - assine a petição** e envie para todas a pessoas que você conhece

Ao Ayatollah Ali Khamenei e os líderes do Irã:
Nós lhe pedimos que acabe com a pena de morte por apedrejamento e reverta o julgamento injusto no caso de Sakineh Mohammadi Ashtiani.



Uma iraniana em Bruxelas protestando a morte desumana por apedrejamento. Foto: Thierry Roge/Reuters

479,416

479,416 assinaram a petição. Nos ajude a chegar a 500,000

Pessoas que assinaram recentemente

 átila moreira cedro, Brasil	13 segundos atras
 Judy Marchand, EUA	24 segundos atras

Assine a petição!

Assine a Petição

Você já é um apoiador da Avaaz? Então só precisa preencher seu email e clicar Enviar.

Figura 5: página para assinar a petição contra o apedrejamento de mulheres no Irã.

Na página de assinar a petição (Fig. 5), estão disponíveis também o número de pessoas que já assinaram, o nome e nacionalidade dos últimos assinantes (neste caso, Brasil, EUA, Austrália, Nova Zelândia, Canadá e França) e um formulário automático de compartilhamento para avisar os amigos por emails ou por redes sociais.

Neste compartilhamento, ocorre a hibridação de ferramentas favoráveis à eficácia da mobilização, conceituada como interoperabilidade, que “é considerada como a capacidade de sistemas (autônomos ou não) comunicarem de modo transparente entre si, devido à adoção de padrões comuns e protocolos que permitem o uso compartilhado de informações” (MOURA, 2009, p.198). Dessa forma, é possível automaticamente compartilhar a assinatura da petição no Twitter e Facebook, além de enviar para os contatos do email.

4) Considerações Finais

Se no século passado existiram líderes sociais como Marx, Mao ou Mahatma Ghandi, no século atual, da ‘violência transpolítica’ e do domínio da tecnologia sob a cultura e a natureza, temos as aglomerações sociais digitais, unidas pelos dispositivos e sua interoperabilidade. Não há um grande patriarca, sim um ‘fatriarca’ (DÉBRAY, 2009), um dispositivo justo e imparcial que inspira a solidariedade descentralizada e des-



localizada contra a lei que condena homossexuais em Uganda, contra a corrupção no Brasil, contra a emissão de gases no Japão e Canadá... É um movimento de paz transpolítica, organizada em plataformas informacionais de multi-usuários, que provoca o imaginário mundial a atuações concretas.

As considerações sobre a arquitetura da informação, embora de cunho técnico, são necessárias para compreender como a organização das mensagens pelos dispositivos materiais promovem a manipulação social na cibercultura. Essa manipulação, como a sociedade em rede e a cibercultura, é povoada de paradoxos. O próprio termo ‘empreendedor social’ é uma contradição, pois se ‘empreendedor’ está diretamente ligado à gestão de empresas e ao mercado, o adjetivo ‘social’ remete a causas humanas. Há também desconexão entre as causas e as localidades das mesmas, quando se constata que na página inicial do Avaaz em japonês não há mobilização pelas baleias, tanto como na página inicial do idioma árabe não há apelo a favor das mulheres iranianas.

No caso da imagem da ativista iraniana, percebe-se intenção de chocar o usuário como se a encenação fosse verdadeira, pois a legenda da foto não está disponível na página inicial, somente na página de assinatura da petição. A dinâmica dos fluxos comunicacionais do Avaaz é alimentada pelas sensações provocadas por imagens e apelos, de maneira geral, para depois esse sentimento se limitar em alguma ação mais prática, que pode ser desde assinar uma petição até o clique para a doação.

Dessa forma, a visibilidade mediática das campanhas é enfatizada pelos conflitos entre valores globais e locais relacionados à direitos humanos, questões ambientais etc. Ou seja, desenvolve-se uma dimensão cultural polissêmica, na qual os signos da indignação social disputam por espaço e formação de opinião.

Quanto ao aprimoramento técnico das redes, percebe-se que, se por um lado é potencializada a quantidade das interações, por outro, esvazia-se o sentido de profundidade social. Por exemplo, a página de assinaturas de petições relaciona os seis últimos nomes e nacionalidades das pessoas que assinaram a petição, mas essas pessoas não são acessíveis à uma entrevista, nem o site oferece um espaço para que essa pessoa tenha um perfil público pelo qual possa ser melhor identificada. Sabe-se apenas seu nome e país de origem, o que de certa forma continua a envolvê-la no anonimato, no véu digital e nebuloso que caracteriza os sujeitos fractais habitantes dos movimentos sociais em contextos digitais.

À medida que diminuem as relações face a face, e que não há possibilidade de interação entre os participantes do movimento, o envolvimento entre atores se torna superficial,



ou quase nulo. De fato, é muito mais fácil protestar e fazer ‘movimento social’ pela internet, pois não exige um comprometimento político e social profundo. Um sujeito pode fazer parte de várias comunidades tribais diferentes, mas talvez a idéia de pertencimentos múltiplos a diversas comunidades e a própria noção de ubiquidade absoluta podem exaurir a qualidade de nossas relações.

Referências bibliográficas

ANTOUN, Henrique. **Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia**. In: Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, n. 16, 2001.

AUGÈ, Marc. **Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã**. In: Sociedade Midiatizada / Denis de Moraes (org.) – Rio de Janeiro – Mauad, 2006.

BERHAULT, Gilles. **Développement durable 2.0** L’internet peut-il sauver La planète?. Paris, Éditions de l’Aube, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6ª edição revista e ampliada. São Paulo: Paz e Terra, 2002 v. (A era da Informação: economia, sociedade e cultura; v.1).

COINTET, Jean Phillipe. **Dynamiques sociales et sémantiques dans les communautés de savoirs: morphogenèse et diffusion**. Tese de doutorado do Centre de Recherche en Epistémologie Appliqué, Paris, França, 2009.

DEBRAY, Régis. **Le moment fraternité**. Paris: Gallimard, 2009.

FROTA, Maria Guiomar da Cunha. **Desafios teóricos metodológicos para a ciência da informação: descrição, explicação e interpretação**. In: REIS e CABRAL (orgs.). Informação, cultura e sociedade. Belo Horizonte. 2007.

KLEIN, Naomi. **Marcas Globais e Poderes Corporativos**. In: Moraes, Dênis de. **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro, Record, 2004.

LE MOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)**. *Comunicação Mídia e Consumo*, Vol. 4, Nº 10 (2007). Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/view/5016/4640>. Acesso em: abr. 2008.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro, Ed. 34. 1993.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito no ciberespaço**. In: PRADO, José Luiz Adair (org.). *Crítica das Práticas Midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker, 2002. p. 83-97.

MATTELART, Armand. **Para que “Nova Sociedade Mundial da Informação”**, In: Sociedade Midiatizada / Denis de Moraes (org.) – Rio de Janeiro – Mauad, 2006.



MOURA, Maria Aparecida. **Informação, ferramentas ontológicas e redes sociais: a interoperabilidade na construção de tesouros e ontologias.** In: 9th Congress of the Spanish International Society for Knowledge Organization, 2009, Valencia. p. 589-604.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software.** O' Reilly, p. 20, 2005. Disponível em: <<http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 22 nov. 2008.

RÉGIS, Fátima. **Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 37, dezembro de 2008.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** Rio de Janeiro: Record, 2002 A.

SANTOS, M.; MARQUES, M. C. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** Universidade de São Paulo. Editora Science, 2002 B

TAYLOR, P. (2008). World Cities in Globalization. *GaWC Research Bulletin* 263. 28th April 2008. Available at: <<http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb263.html>>.

TRIVINHO, Eugênio. **Comunicação, glocal e cibercultura. Bunkerização da existência no imaginário midiático contemporâneo.** Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, Vol. 7, No 1, 2005.

TRIVINHO, Eugênio. **Visibilidade mediática e violência transpolítica na cibercultura: condição atual da repercussão social-histórica do fenômeno glocal na civilização midiática avançada.** In: ANTOUN, Henrique. **Web 2.0 Participação e vigilância na era da comunicação distribuída.** Rio de Janeiro, Mauad X, 2008.

WEISSBERG, Jean Louis. **Paradoxos da Teleinformática.** In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação.** Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 113-141.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Página inicial do Avaaz, disponível em www.avaaz.org

Figura 2: ícone que liga à página de colaboração financeira.

Figura 3: ícone que liga à página com formulário automático para enviar emails e que possui interoperabilidade com redes sociais.

Figura 4: página inicial no idioma português, com destaque para campanha contra o apedrejamento de mulheres iranianas.

Figura 5: página para assinar a petição contra o apedrejamento de mulheres no Irã.