



Blog do Jogo Limpo e o Uso da Internet a Serviço da Sustentabilidade¹

Felipe Gustavo Guimarães SALDANHA²

Adriana Cristina Omena dos SANTOS³

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

Este artigo trata-se de uma revisão bibliográfica, acompanhada de reflexão, sobre a conscientização ecológica que é promovida pelos blogs. Aborda o surgimento da internet e da cibercultura, a sua utilização pelo movimento ambiental, incluindo apresentação de exemplos, o aparecimento dos blogs e a sua apropriação com fins de sensibilização ambiental. Na sequência, relata a criação do Blog do Jogo Limpo. Por fim, mostra reflexão sobre uma proposta de pesquisa na área.

PALAVRAS-CHAVE: blogs; internet; meio ambiente.

INTRODUÇÃO

A redação deste artigo foi motivada pelo voluntariado do autor na área ambiental, desde 2005, e pela manutenção de um blog sobre meio ambiente, o Blog do Jogo Limpo, desde 2007. Poder-se-ia dizer que os blogs, tão disseminados no ciberespaço hoje, abordando os mais variados temas e tendo sua criação e atualização cada vez mais facilitada, estão ficando banalizados. Apesar disso, a experiência com este blog demonstrou potencial para conscientizar e fomentar reflexões e debates. Isso foi constatado a partir dos comentários de leitores e outros blogueiros.

Para munir-me cientificamente de argumentos que comprovem como os blogs podem ser aliados importantes para a conscientização ecológica, foi realizada uma revisão bibliográfica que é mostrada a seguir. Buscou-se mostrar a influência da internet – primeiro de modo geral, depois dos blogs em específico – na construção da realidade atual, analisando sua influência tanto para a sociedade quanto para o desenvolvimento sustentável. Em seguida, é apresentado o Blog do Jogo Limpo, retomando sua história e expondo seus resultados. Por fim, é apontada a hipótese de que a utilização dos blogs é

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: fgsaldanha@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP e professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: omena@faced.ufu.br



um instrumento eficaz para a sensibilização do público jovem quanto às questões envolvidas com a sustentabilidade.

A INTERNET E O SURGIMENTO DA CIBERCULTURA

O estabelecimento da internet é um dos últimos capítulos de uma história que mudou as estruturas da sociedade e que, na verdade, continua a ser escrita. Castells (1999) aponta duas experiências de comunicação mediada por computadores (CMC) que precederam a internet. Uma delas era o Minitel, sistema francês centralizado, regulamentado, que ficou restrito a seu país de origem. Teve a intenção de conduzir a França à sociedade da informação e se constituía de uma gama de serviços associados a um telefone (lista telefônica, telebanco, telecompras, bate-papo). A outra era a Arpanet, rede que sobreviveria a ataques nucleares por ser descentralizada, desenvolvida por universidades e pelo setor militar dos Estados Unidos. Paralelamente, a Arpanet motivou o surgimento de uma contracultura que não fosse restringida pelos cientistas ou pelo Pentágono.

O sucesso da Arpanet – que se desenvolveu e se abriu ao longo das últimas décadas do século XX, transformando-se na internet que conhecemos hoje – em detrimento do Minitel contribuiu para dar forma às características que as CMC têm no presente: arquitetura aberta do ponto de vista tecnológico, informalidade, penetrabilidade, descentralização, flexibilidade. Embora Castells tenha feito sua análise em 1995, muitas tendências facilmente verificáveis hoje já foram apontadas em sua obra, como a tenuidade das fronteiras na rede entre negócios e lazer e a formação de comunidades virtuais.

O novo *status quo* proporcionado pelas CMC, em especial pela internet, levanta o debate sobre o que é “virtual” (que existe na prática, mas não de fato) e o que é “real” (que existe de fato). Castells defende que toda realidade é percebida de maneira virtual. Para ele, uma vez que todas as formas de comunicação são baseadas na produção de consumo de sinais, “não há separação entre ‘realidade’ e representação simbólica” (CASTELLS, 1999, p. 459).

A internet proporcionou ainda o surgimento de uma cibercultura, termo que, segundo Pierre Levy (2003, p. 17), especifica o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Por sua vez, ciberespaço



se refere à “infra-estrutura material da comunicação digital” e ao “universo oceânico de informações que ela abriga” (LEVY, 2003, p. 17). Para Santos (2010), a cibercultura é definida pela onipresença tecnológica que, embora quase indispensável, parece trivial – não é fácil para o usuário se abster por alguns dias de celular, e-mails, *internet banking*, etc.

A cibercultura também propiciou a proliferação do ativismo na rede. Minuano (2008, p. 20) aponta que “Por todo o mundo, é cada vez maior o número de militantes ou simpatizantes de alguma causa ambiental, política ou social que usam a rede como espaço de mobilização, como uma ferramenta da prática democrática”. Segundo o autor, o conceito de ciberativismo abrange “movimentos colaborativos, comunidades *online*, *blogs*, fóruns, grupos de discussões e sites com informações públicas na rede” (MINUANO, 2008, pp. 20-21). Minuano relata ainda o depoimento de Oona Castro, coordenadora executiva do Instituto Overmundo, para a qual “A possibilidade de encontrar pares, amadurecer opiniões, confrontar visões, criar entendimentos comuns e alternativas coletivas qualificam e abrem espaços para o ativismo na web”⁴. Entre os exemplos de ativismo, o autor destaca as petições *online* e o envio de e-mails em massa para políticos.

USO DA INTERNET PELO MOVIMENTO AMBIENTAL

O movimento ambiental foi apontado em um estudo conduzido por Cohen e Rai (2000 apud GARCIA, 2005) como um dos movimentos sociais globais que, para permanecer atuantes, precisam estar ligados a todo momento à internet. Uma das características destes movimentos é a sua constituição de base antes da generalização da Internet, na busca por novas oportunidades para se organizar e despertar novas consciências.

Organizações que traçam estratégias para a rede atingem a juventude e têm a oportunidade de falar a sua língua. Reportagem da Agência Estado (2010) mostra que entre as várias formas encontradas para sensibilizar os usuários, estão os testes interativos que diagnosticam seu comportamento individual em relação à sustentabilidade e dão dicas para melhorá-lo. Um exemplo é o Pegada Ecológica, do WWF (Worldwide Fund for Nature, Fundo Mundial para a Natureza), disponível no endereço <http://www.pegadaecologica.org.br>.

⁴ Trecho de depoimento concedido a Minuano (2008, p. 21).



A respeito dos fundamentos que justificam a atuação das ONGs (organizações não governamentais) na web, o diretor-presidente do Instituto Akatu, Hélio Mattar, afirma: “O jovem tende a se mobilizar mais e usa a internet para interagir. Por isso o uso dessa linguagem com jogos, testes, blogs. O jovem muda o seu comportamento e os valores”⁵. O fundador e presidente da Associação Arayara de Educação e Cultura, Eduardo Araujo, complementa ao afirmar que o uso de novas linguagens atua na integração do público com o tema “sustentabilidade” (AGÊNCIA, 2010).

O uso da internet também é uma forma de fugir do estereótipo do “ecochato”. De acordo com Irineu Tamaio, coordenador do Programa de Educação para Sociedades Sustentáveis do WWF, “Para sensibilizar o jovem, não podemos usar ferramentas vistas como ‘chatas’”⁶.

Outro movimento que utiliza a rede pensando da mesma forma é o SWU (Starts with you, Começa com você), iniciativa do grupo de comunicação Totalcom. O movimento – que utiliza redes sociais⁷ para sua divulgação e será celebrado com um festival de música – se autodefine como “Um chamamento à ação. Mas sem apelar para o medo ou a culpa. Um movimento com o jeito brasileiro: irreverente, alegre, leve. Afinal, quem disse que só porque um assunto é sério ele que precisa ser chato?” (SWU, 2010, s.p.).

Diante das campanhas ambientais, os próprios internautas podem agir ativamente como mobilizadores. Em entrevista ao site da revista Veja, Mário Mantovani, diretor de mobilização da SOS Mata Atlântica, comentou sobre a campanha “Xixi no Banho” e a repercussão que esta teve na internet. A ação foi realizada em 2009 e incentivou de forma bem-humorada a prática do seu título. O intuito, *a priori*, era incentivar a economia de água consumida por uma descarga, embora o próprio Mantovani tenha afirmado que se trata de algo simbólico, visando chamar a atenção para o desmatamento da Mata Atlântica, grande produtora de água. À repórter, ele afirmou:

Para a minha grande surpresa, a campanha teve um impacto positivo violentíssimo. A gente vê pela reação, principalmente, via internet. A ação está bombando. As pessoas mandam e-mails, participam, elogiam, dizem que esse é

⁵ Trecho de depoimento concedido à Agência Estado (2010, s.p.).

⁶ Trecho de depoimento concedido à Agência Estado (2010, s.p.).

⁷ Redes sociais constituídas via comunicação mediada por computador são sistemas que “funcionam através da interação social, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizados para forjar laços sociais” (RECUERO, 2004, p. 7). Exemplos: Orkut (<http://www.orkut.com>), Facebook (<http://www.facebook.com>), Twitter (<http://twitter.com>).



um jeito legal de chamar a sociedade para a luta pelo ambiente.
(MANTOVANI, 2009, s.p.)

Consultado sobre qual público foi mais atingido pela campanha, Mantovani responde:

A melhor resposta que estamos recebendo vem do público jovem. É ele o que mais se manifesta, mandando e-mails ou escrevendo mensagens nas redes sociais. Talvez essa geração jovem esteja mais ligada à questão ambiental que aquela que veio antes dela. (MANTOVANI, 2009, s.p.)

A constatação de Mantovani vai ao encontro do que Martín-Barbero (2008) percebera, ao afirmar que o sujeito não é um depositário passivo de sentidos. É possível, inclusive, que o usuário ressignifique o conteúdo oferecido pelas ações virtuais ambientais e tenha delas uma compreensão diferente daquela esperada pelos organizadores.

BREVE HISTÓRIA DOS BLOGS

Blog é abreviação de *weblog*, termo formado pelas palavras em inglês *web*, rede (um dos nomes dados à rede mundial de computadores), e *log*, diário de bordo, segundo Baltazar e Aguaded (s.d. apud MENDES, 2009). Já Rodrigues (2008, p. 41) relata sua dificuldade em encontrar um conceito para o termo blog, “tendo em vista que não há muitas pesquisas sobre o assunto e de esse conceito ter se expandido e variado nos últimos anos”. Segundo a síntese que autora faz a partir das definições encontradas na internet, blogs são “páginas pessoais que têm mecanismos de interação e permitem manter conversas entre grupos” (RODRIGUES, 2008, p. 41).

No mesmo texto, a autora cita entre os acadêmicos a definição de Marcuschi (2005 apud RODRIGUES, 2008, p. 42), da área da Linguística – “uma escrita autobiográfica com observações diárias ou não, agendas, anotações, em geral muito praticados pelos adolescentes na forma de diários participativos” – e de Primo (2006 apud RODRIGUES, 2008, p. 42), da Comunicação, para o qual

O termo ‘blog’ designa não apenas um texto, mas também um programa e um espaço. Primeiramente, blog indica um espaço onde blogueiros e leitores/comentaristas se encontram. Para se ter um blog, enquanto texto e espaço, utiliza-se normalmente um programa de blog.

Ainda entre os acadêmicos, Orihuela (2007, p. 2), que é doutor em Ciências da Informação e mestre em Jornalismo, além de blogueiro, oferece uma definição mais completa:



Weblogs ou blogs são páginas pessoais da web, que, à semelhança de diários on-line, tornaram possível a todos publicar na rede. Por ser a publicação on-line centralizada no usuário e nos conteúdos, e não na programação ou no design gráfico, os blogs multiplicaram o leque de opções dos internautas de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários [...]

Acerca da origem dos blogs, os textos encontrados nesta revisão bibliográfica – Beiguelman (2003), Rodrigues, (2008), Pereira (2010) – costumam apontar o “Robot Wisdom Weblog” (<http://www.robotwisdom.com>), de autoria de Jorn Bager, como o primeiro blog criado. De aparência diferente dos demais, o blog de Bager é “um espaço utilizado para descrever sites pessoais atualizados frequentemente com comentários e links” (PEREIRA, 2010, p. 517). Porém, de acordo com Orihuela (2007), o verdadeiro “pai” dos blogs foi a página “What’s new in ‘92” (O que há de novo em 92), criada em janeiro de 1992 para divulgar as novidades do projeto World Wide Web⁸.

Apesar das diferenças entre o “Robot Wisdom” e os blogs atuais, Beiguelman (2003, p. 1) cita dois princípios do referido blog que continuam válidos: “Todo blog expressa a opinião de seu autor sobre um determinado tema ou sobre vários” e “Blog baseia-se em independência e compartilhamento e, por isso, é o futuro da comunicação”. Ainda segundo a autora, o segredo do sucesso dos blogs está nas suas funcionalidades interativas, que permitem ao usuário escrever um comentário sobre determinado post (nome dado aos textos postados nos blogs), e nas ferramentas de atualização, que dispensam conhecimento de programação. Ela, porém, faz um alerta: “Uma quantidade incontável de cyberlixo é produzida também nesses blogs, fazendo com que se pense que trazem, como a internet no seu todo, o melhor e o pior da comunicação, sem nunca passar pelos meios-termos” (BEIGUELMAN, 2003, p. 1).

Blogs também podem servir como plataforma para que lideranças intelectuais demonstrem e difundam conhecimento, sem ter que passar pelas mídias formais ou por outras formas mais tradicionais de reconhecimento público. Orduña (2007, p. 165) explica o processo afirmando que:

Advogados, economistas, consultores, políticos, técnicos em informática, jornalistas e, em geral, todos os profissionais comentam sobre seu próprio setor ou analisam a atualidade a partir de sua ótica particular, ao expor seus conhecimentos e tentar passar sua experiência, mesmo que algumas vezes também exibam suas misérias e sua ignorância.

⁸ Uma cópia da página pode ser acessada em <http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html>.



Para o autor, pessoas de qualquer setor podem se comunicar, blogando, com um imenso público potencial de milhões de pessoas. Tal afirmação poderia nos fazer acreditar, equivocadamente, que se trata de um caso de quase interação mediada, definida por Thompson (1998), devido ao número indefinido de receptores potenciais. Isso é falso, entre outros motivos, pelo fato de que a comunicação propiciada pelos blogs não é monológica (quase todos têm mecanismo de registro de comentários) e por haver, como o próprio Orduña (2007) afirma, milhares (e, mais provavelmente, milhões) de blogueiros.

BLOGS AMBIENTAIS

Os blogs permeiam toda a atividade das ONGs ambientais na internet, seja pela interação que o público exerce ao divulgar e comentar essas campanhas (e essa interação também pode se manifestar nas críticas feitas a estas ações), seja pela criação de blogs próprios. Destacam-se, nesta categoria, o blog do Greenpeace Brasil (<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Blog>) e do Instituto Ecodesenvolvimento (<http://www.ecodesenvolvimento.org.br>).

Por outro lado, os blogs não dependem das ONGs para incentivar a sustentabilidade. Muitos deles são independentes, criados por cidadãos⁹ – ocasionalmente, educadores ambientais¹⁰ – que buscam uma maneira de auxiliar a luta ambiental; corporativos¹¹, mantidos por empresas cujos produtos são relacionados à sustentabilidade; ou jornalísticos¹², feitos por veículos com presença na internet¹³. Além disso, eventualmente, os blogs podem se unir para disseminar a consciência ecológica ao mesmo tempo, mesmo que seu tema central não seja “meio ambiente”, em eventos conhecidos como blogagens ou postagens coletivas.

Um exemplo é o Blog Action Day (<http://www.blogactionday.org>). Todos os anos, esta iniciativa escolhe um tema relevante para que blogueiros em todo o mundo participem com ideias, conselhos, planos e ações. O objetivo do evento, segundo os organizadores, é espalhar conhecimento e dar início a uma discussão global. Em 2009, o

⁹ Exemplos são o Embalagem Sustentável (<http://embalagensustentavel.com.br>) e o VivoVerde (<http://vivoverde.com.br>).

¹⁰ Exemplos são o Mimirabolantes (<http://www.mimirabolantes.blogspot.com>) e o Biosfera/MS (<http://biosferams.blogspot.com>).

¹¹ Exemplos são o Energia Eficiente, da Philips (<http://www.energiaeficiente.com.br>), e o blog da rede Mundo Verde (<http://www.mundoverde.com.br/blog>).

¹² Exemplos são os blogs especiais da Revista Época (<http://colunas.epoca.globo.com/planeta>) e da Superinteressante (<http://super.abril.com.br/blogs/planeta>).

¹³ Indicações para outros blogs ambientais podem ser encontradas em <http://projetojogolimpo.blogspot.com>, especialmente na lista “Vale a pena visitar”, à esquerda.



tema escolhido foi “mudanças climáticas”. Cerca de 13 mil blogs, de 156 países, postaram sobre o mesmo assunto, no dia 15 de outubro. Outro exemplo, nacional, são as blogagens do Faça a sua parte (<http://www.verbeat.org/blogs/facaasuaparte>).

Às vezes, as iniciativas extrapolam os blogs e envolvem produção de fotos, vídeos e textos para as redes sociais. É o caso do site “Um Brasil de Cidadania” (<http://www.umbrasildecidadania.com.br>), organizado pela Ação Global, parceria do Serviço Social da Indústria (SESI) com a Rede Globo, cujo objetivo é resgatar a cidadania das parcelas mais pobres da população brasileira. O site possui um mapa que registra as contribuições dos usuários e localiza sua origem no território brasileiro.

O BLOG DO JOGO LIMPO

Entre os movimentos ambientais que procuram aumentar sua presença na internet, está o Projeto Jogo Limpo. Esta iniciativa proporciona a crianças e jovens de escolas públicas do Ensino Fundamental em Uberlândia (MG) o contato com a educação ambiental, em parceria com a comunidade do entorno, empresas, ONGs e o poder público¹⁴. As ações na web visam reforçar a divulgação das ações para a sociedade em geral. O atual Portal do Projeto Jogo Limpo (<http://www.opa.org.br/jogolimpo>), inaugurado no início de 2008, veicula notícias e informações sobre a ação, disponibiliza materiais e orientações para o professor e mostra algumas histórias em quadrinhos da Turma dos 5 Jovens¹⁵. As redes sociais (Orkut, Facebook, YouTube, Twitter) também passaram a fazer parte da estratégia do Projeto.

Foi nesta linha que se pensou na criação de um blog, concretizada em novembro de 2007 com o lançamento do Blog do Jogo Limpo (ver figura 1), disponível no endereço <http://projetojogolimpo.blogspot.com>. Em um primeiro momento, porém, não estava clara a forma como ele poderia potencializar o trabalho de conscientização ecológica do Jogo Limpo. A intenção inicial era criar mais um canal para divulgar as notícias do Projeto e estreitar o contato com o público beneficiado (crianças e jovens).

¹⁴ Para mais informações, consultar Saldanha; Santos; Tonus (2009).

¹⁵ A Turma dos 5 Jovens são personagens criados pelo autor, que aprendem com os próprios erros a respeitar seu ambiente, amar a natureza e desenvolver a vontade de construir um mundo ecologicamente mais correto. Mais informações estão disponíveis em <http://www.opa.org.br/jogolimpo/5jovens/>.



Blog do Jogo Limpo
por Felipe Saldanha

Para descobrir como a ecologia está mudando a nossa cultura.

Institucional Espaço do Educador A Turma dos 5 Jovens Blog do Jogo Limpo

Twitter Orkut YouTube Facebook Outras redes sociais
Crise, economia e ecologia Sacolas plásticas Citações sobre meio ambiente

Busca no blog

Pesquisar powered by Google

Top Blog 2010

VOTE AQUI
ESTE BLOG ESTÁ CONCORRENDO AO TOPBLOG 2010

Pense nisso

Quando o sangue começa a ferver, é tolice desligar o coração.

Nelson Mandela, ativista, ex-presidente da África do Sul e Prêmio Nobel da Paz (1993) [via Voluntários Online]

Mais citações sobre meio ambiente

segunda-feira, 12 de julho de 2010

Um Woodstock verde(-amarelo)

3 tweets retweet

Postado por @ProjetoJogoLimpo - às 18:09 | Link permanente

Um movimento de conscientização em prol da sustentabilidade, que fala a língua dos jovens, prega a cultura do "faça a sua parte" e termina com um festival de música. Talvez lembre o Woodstock, mas com a ecologia no lugar do "paz e amor", o Brasil no lugar dos Estados Unidos e o século XXI no lugar dos anos 60. Este é o SWU – Starts with you (Começa com você), criado pelo Grupo Totalcom, do publicitário Eduardo Fincher.

Figura 1 – Página inicial do Blog do Jogo Limpo

Com o passar do tempo, percebeu-se que o blog também era capaz de encontrar outros educadores ambientais ao redor do país e de colocar em debate questões ambientais polêmicas e relevantes, para um público muitas vezes difuso, mas que se faz presente seja pela consulta ao número de acessos, seja pelos comentários que são deixados nos posts.

Isso mudou o papel inicial do blog, que hoje é um espaço aberto para a informação, o debate e a ação (por meio de dicas e divulgação de outros eventos, não só os do Projeto Jogo Limpo). O foco do conteúdo está em notícias, informações e curiosidades sobre meio ambiente, sustentabilidade e o dia a dia do Projeto. Acontecimentos marcantes recebem cobertura especial, como a COP-15 (15ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2009). Outros eventos



relacionados à política e economia, como a recente crise internacional, também são abordados, sendo contextualizados com a ecologia.

Para atualizar o blog, é necessário visitar sites nacionais e internacionais, conversar com outros blogueiros e trocar ideias em redes sociais, buscando diariamente temas relevantes para a redação dos posts. O conteúdo é enriquecido com fotos, vídeos e indicações para outros sites e blogs, e compartilhado com blogueiros e demais internautas.

O reconhecimento público do esforço, já obtido com a divulgação espontânea do blog feita por outros usuários, culminou na vitória do Prêmio Top Blog 2009, destinado a reconhecer e premiar, mediante votação popular e acadêmica, os blogueiros que contribuem com seus conhecimentos para o desenvolvimento cultural e intelectual da sociedade brasileira. O blog ganhou o primeiro lugar do Júri Acadêmico na categoria Sustentabilidade, grupo Pessoal.

Ocasionalmente, aparecem comentários que discordam do conteúdo postado, muitas vezes de forma anônima ou debochada. Este fator reforça a pluralidade do público e é positivo por revelar que este não é um receptor passivo de conteúdo. Afinal, como diriam os cientistas latino-americanos dos estudos de recepção, a audiência tem um caráter ativo e é capaz de atuar na relação com os meios.

Até o dia 16 de julho de 2010, o blog já havia recebido mais de 66 mil visitas e quase 90 mil visualizações. Cerca de 70 pessoas, de todos os continentes, acessavam o endereço por dia. O perfil do Jogo Limpo no Twitter (<http://twitter.com/JogoLimpo>) está integrado ao blog, veiculando suas atualizações e outros links ambientais, e contava com mais de 680 seguidores. Acredita-se que a maioria dos leitores deste perfil tem conhecimento do blog, o que poderia ser investigado futuramente em outro estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela trajetória apresentada aqui, é possível avaliar que o blog é uma experiência bem-sucedida, por ter atingido, de acordo com a avaliação do autor, os objetivos propostos. É possível perceber, diante dos dados levantados nesta revisão e do conhecimento acerca de outras experiências semelhantes, que este não é um caso isolado. Pelo contrário: a internet é um meio propício para que sejam realizados trabalhos de conscientização ecológica com jovens, um público estratégico, visto que os jovens de hoje serão os adultos de amanhã – há um provérbio africano (s.d. apud



COSTA, 2006, p. 15) que diz: “O mundo, que temos hoje nas mãos, não nos foi dado por nossos pais. Ele nos foi emprestado por nossos filhos”.

No entanto, há uma carência de dados que comprovem a efetiva adoção de posturas responsáveis pelo público leitor dos blogs ambientais. Muitos usuários, por exemplo, acessam e não comentam – o que leva a questionamentos sobre como o blog terá impactado esses visitantes. Existe, portanto, uma lacuna que precisa ser preenchida – e que vai além dos blogs sobre este assunto, se aplicando a qualquer um que tenha um movimento social ou um aspecto da cidadania como temática.

Com este artigo, é possível deixar registrada a opinião de que é necessário realizar um trabalho de investigação do público dos blogs ambientais, para que se conheça melhor seu perfil e se constate (ou não) mudanças ou manutenção de atitudes sustentáveis por parte deste público. Ao hipotético pesquisador que se lance sobre este assunto, pode-se sugerir, também, uma hipótese a ser provada ou refutada: os blogs ambientais efetivamente conseguem sensibilizar o internauta.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. **ONGs 'medem' sustentabilidade na web para atrair jovens.** Disponível em: <http://www.juventudeverdesp.org.br/jvsp/index.php?option=com_content&view=article&id=198:ongs-medem-sustentabilidade-na-web-para-atrair-jovens&catid=21:noticias&Itemid=10>. Acesso em: 15 jul. 2010.

BEIGUELMAN, Giselle. **Blogs: existo, logo publico.** 2003. Disponível em: <<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/1578%2C1.shl>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

CASTELLS, Manuel. A cultura da virtualidade real. In: **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Antonio Carlos Gomes da. **Ecocuidado e Ética Biofílica.** Uberlândia: Organização para a Proteção Ambiental, 2006.

GARCIA, José Luís Lima. Cibercultura e Cidadania. **BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em 15 jul. 2010.

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

MANTOVANI, Mário. Para ONG, campanha 'Xixi no Banho' já é sucesso. **VEJA.com.** 22 mai. 2009. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/ciencia-saude/ong-campanha-xixi-banho>>



ja-sucesso-470605.shtml>. Acesso em 05 mai. 2010. Entrevista concedida a Maria Carolina Maia.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MENDES, Lina Maria Braga. **Experiências de fronteira:** os meios digitais em sala de aula. 2009. 153 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MINUANO, Carlos. Com a boca no trombone. Pela internet. **A Rede**, São Paulo, n. 39, ago. 2008, p. 20-22.

ORDUÑA, Octavio I. Rojas. Blogs e relações públicas. In: _____ et al. **Blogs:** Revolucionando os Meios de Comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ORIHUELA, José Luís. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas et al. **Blogs:** Revolucionando os Meios de Comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PEREIRA, Ana Cláudia Barreiro Gomes. **Blog, mais um gênero do discurso digital?**. Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/9.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet:** Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs. Disponível em: <<http://www.midiadigitais.org/wp-content/uploads/2008/08/r0625-1.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2010.

RODRIGUES, Cláudia. **O uso de blogs como estratégia motivadora para o ensino de escrita na escola.** 2008. 158 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

SALDANHA, Felipe Gustavo Guimarães; SANTOS, Adriana Cristina Omena dos; TONUS, Mirna. Projeto Jogo Limpo: uma experiência local de educomunicação para o meio ambiente. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0594-1.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

SANTOS, Adriana Cristina Omena dos. **Teoria Cibernética – Cibercultura.** Uberlândia, 2010. Digitado. Complemento das aulas da disciplina Teorias da Comunicação II, Curso de Comunicação Social: Jornalismo, Universidade Federal de Uberlândia.



SWU – COMEÇA COM VOCÊ. **O movimento SWU.** Disponível em: <
<http://www.swu.com.br/pt/blog-swu/a-palavra-e-sustentabilidade/>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

THOMPSON, John B. O Advento da Interação Mediada. In: **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Rio de Janeiro: Vozes, 1998.