

## **Movimentos sociais e minorias: apontamentos do ciberativismo do *Greenpeace***

Rafaela Caetano Pinto<sup>1</sup>

Maria Ivete Trevisan Fossá<sup>2</sup>

### **Resumo**

Pretendemos inferir que os movimentos sociais entendidos como projetos de indivíduos mobilizados em defesa de uma causa social mostram-se como representações das minorias, que lutam por visibilidade de suas ações e legitimidade de suas vozes a fim de pautarem os meios de comunicação. Contudo, essa luta, muitas vezes, é impedida pelos filtros editoriais da mídia. Assim, na atual sociedade midiaticizada, os movimentos sociais conseguem tangenciar-se por meios alternativos, assim como a internet, caracterizando o ciberativismo, o qual permite que estes atores sociais consigam dar voz às suas causas no ciberespaço. Também serão delineados alguns apontamentos sobre o site institucional do Greenpeace. Dessa forma, será possível tratar a maneira que a instituição se apresenta no ciberespaço com o intuito de mobilizar os cidadãos envolvidos com a responsabilidade ambiental.

**Palavras chave :** Movimentos sociais; minorias, ciberativismo; Greenpeace.

### **1. Introdução**

Com este trabalho, fazemos apontamentos sobre o *site* institucional do *Greenpeace*<sup>3</sup> para entender de que forma a organização desenvolve ciberações a fim de proteger o meio ambiente contra a degradação sofrida pela ação do homem e das empresas. Esta instituição, segundo Sodré

---

<sup>1</sup>Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria. Bacharel em Comunicação Social - habilitação Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela UFRGS, Mestre em Comunicação pela UMESP e graduada em Comunicação Social - Relações Públicas e em Administração pela UFSM. Atua nos Programas de Pós Graduação em Comunicação e em Administração da UFSM.

<sup>3</sup> Organização criada no Canadá, em 1971. Atua em diversos países com o intuito de defender o meio ambiente das ameaças causadas pelos impactos gerados pelas indústrias e pela ação do homem.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

(2005), é considerada uma representante das minorias sociais por lutar contra os poderes hegemônicos que destroem o meio ambiente devido à necessidade de produção emanada do sistema capitalista globalizado.

As minorias, conforme este mesmo autor, lutam para dar voz às suas causas, dessa forma, necessitam estar presentes nos meios de comunicação de massa, que têm o poder de legitimar os discursos sociais, corrobora Barbalho (2005). Mas a acessibilidade aos referidos meios de comunicação não é democrática como resultado dos filtros ideológicos e mercadológicos da mídia que acaba ocultando ou distorcendo a fala destes atores. Sendo assim, é necessário que as minorias tangenciem-se por meios alternativos, optando por outras formas de atingir o público.

Na sociedade midiaticizada, é possível que as minorias criem meios institucionalizados e, partir deles, consigam pautar os seus discursos. A internet possibilitou essa transformação e permitiu que as minorias pudessem dar voz às causas defendidas e, desse modo, interferir no processo decisório. O ciberativismo viabilizou que os movimentos sociais, em sua condição de representantes das minorias, conseguissem se organizar no ciberespaço para desenvolver suas ações e buscar a sua legitimidade e, assim, influenciar os centros de poder.

O processo de mobilização promovido pelos movimentos sociais convoca os cidadãos a participar de projetos que vão ao encontro dos problemas sociais cotidianos. Assim, é fundamental que estes assuntos sejam pautados pela mídia para o seu reconhecimento público, de modo que, a partir daí, as minorias possam atingir os seus objetivos.

## **2. Os movimentos sociais como representantes das minorias**

As minorias, que embora representem quantitativamente inexpressividade, qualitativamente interferem no processo democrático, pois dão voz ativa aos atores sociais fazendo com que influenciem os

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

centros de poder, conforme afirma Sodré (2005). Sob essa perspectiva, o autor considera que a transformação é a força que move as minorias, idéia corroborada por Deleuze e Guatarri (*apud* SODRÉ, 2005) quando argumentam que a transformação é o devir das minorias.

Para Barbalho (2005), as minorias exigem do Estado o reconhecimento de suas singularidades. Assim, podemos ponderar que as minorias lutam para que a sua causa seja entendida e tomada pelos poderes hegemônicos a fim de que seus problemas recebam olhares atentos para sua solução. A noção proposta por Barbalho (2005) pode ser aproximada a de Sodré (2005) quando ele refere que as minorias buscam o poder de fala para que, dessa forma, podemos inferir, busquem o reconhecimento do Estado.

Sodré (2005, p. 12) assevera que as minorias são “um dispositivo simbólico com uma intencionalidade ética e política dentro de uma luta contra-hegemônica”. Assim sendo, as minorias ocupam lugares simbólicos no centro decisório do sistema sociopolítico a fim de transformar as realidades postas. O autor enumera quatro características que se referem às minorias: vulnerabilidade jurídico-social, que alude à sua fragilidade em ser legítimo perante o sistema institucional; identidade *in statu nascendi*, ou seja, a entidade está sempre em construção, mesmo que o grupo já exista há bastante tempo, ele se alimenta de suas novas apropriações; luta contra-hegemônica, as minorias buscam a diminuição do poder hegemônico e se mobilizam para tal; e finalmente, estratégias discursivas, que correspondem às estratégias de discurso e às ações das minorias, pelas quais se apresentam e dão visibilidade às suas reivindicações.

Nesse contexto, podemos assegurar que os movimentos sociais são importantes representantes das minorias. Eles surgem com as transformações socioeconômicas causadas pela globalização que acabam ampliando as mazelas sociais e afetam os indivíduos, de forma direta ou

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

indireta. Em virtude desta situação, as pessoas buscam soluções para os seus problemas, organizando-se em grupos por meio de instituições não-governamentais para suprir as necessidades dos indivíduos e da sociedade. De acordo com Simeone (2004, p 61), os movimentos sociais caracterizam-se como “ações coletivas orientadas para a mudança”. O que é reafirmado por Vizer (2007, p. 45), quando declara que é “uma forma de ação social que pretende justamente transformar as condições objetivas de seu ambiente”.

À medida que os movimentos sociais tenham as suas bases bem definidas, eles podem conseguir maior envolvimento dos cidadãos nas causas defendidas, o que, nas palavras de Toro e Werneck (2004, p. 68 – grifos do autor), serve “para *ampliar as bases do movimento*, dando-lhe abrangência e pluralidade”. Conforme Castells (1999 *apud* Simeone, 2004), os movimentos sociais necessitam deixar clara a sua identidade, o seu adversário, ou seja, o inimigo do movimento, e sua meta societal, o horizonte proposto pelos seus objetivos.

Na atual sociedade mediatizada, os movimentos sociais precisam lutar por visibilidade para que lhes seja possível ampliar as suas bases de atuação e conquistar novas adesões. Simeone assinala:

Os *media* adentraram o cenário das reivindicações sociais, alterando a maneira como os movimentos se apresentam, em decorrência das novas possibilidades de transmissão de informações, imagens e conhecimentos [...]. Os movimentos sociais, diante desse espaço mediatizado, procuraram transformar as lutas por reconhecimento em lutas por *visibilidade* (SIMEONE, 2004, p.18 – grifos do autor).

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Nesse cenário, a visibilidade mostra-se importante nas estratégias de reconhecimento público, pois, segundo Fernandes (1999 *apud* Simeone, 2004), as causas defendidas pelos movimentos sociais carecem ser reconhecidas publicamente para, em continuidade, mobilizarem os cidadãos que estão direta ou indiretamente envolvidos com o problema e que compartilham os mesmos objetivos. Nessa perspectiva, Simeone (2004) defende o papel das mídias no reconhecimento dos movimentos sociais, pois ampliam a visibilidade dos movimentos em pauta.

A circulação de informações a respeito dos movimentos sociais, além de torná-los visíveis, promove o sentimento de coletivização, conforme afirmam Toro e Werneck (2004). Assim posto, eles podem despertar um sentimento de pertencimento dos indivíduos envolvidos com o processo. Em um aspecto dialógico da comunicação, podemos pensar a respeito das relações que a própria comunicação pode estabelecer entre os públicos envolvidos e estes movimentos. Desse modo, para o autor:

Compreendendo o caráter aberto dinâmico e descentralizado, desejável aos projetos mobilizadores, o fazer comunicativo, mais do que informar, toma por tarefa criar uma interação própria entre esses projetos e seus públicos, através do compartilhamento de sentidos e valores. Deseja-se, assim, que sejam fortalecidos os vínculos desses públicos com os movimentos e que sejam capazes de tornar iniciativas espontâneas de contribuir à causa dentro de suas especialidades e possibilidades (SIMEONE, 2004, p. 39).

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Seguindo esta perspectiva, podemos argumentar que a comunicação serve para gerar, manter e fortalecer vínculos. Nessa ótica, portanto, além de informar para mobilizar os cidadãos, a comunicação tem uma função mediadora entre os movimentos sociais e os seus públicos. Além disso, ela coordena as ações sociais, para que não sejam esparsas e desarticuladas com os objetivos dos movimentos (SIMEONE, 2004).

A comunicação caracteriza-se de três formas quando está relacionada aos movimentos sociais: dialógica, libertadora e educativa (SIMEONE, 2004). A comunicação dialógica põe em relação sujeitos que discutem a respeito do assunto, aqui, o saber não é imposto, mas constituído entre os participantes dos movimentos. Já a comunicação libertadora problematiza juntamente com o outro, de forma horizontal, a realidade dada a fim de entendê-la, explicá-la e modificá-la. A comunicação tem também característica pedagógica porque reorganiza o repertório dos sujeitos que se encontram em interação.

Os movimentos sociais têm como princípio de transformação a mobilização social. Conforme Toro e Werneck (2004), ela evidencia-se na convocação de vontades, na busca de objetivos comuns que implicam em soluções visadas pelo grupo. A mobilização, assim compreendida, busca convocar as pessoas a participarem, mas a efetiva participação dos indivíduos no movimento depende invariavelmente do seu grau de envolvimento com a causa, bem como com o sentimento de pertencimento e de responsabilidade pela causa em questão e pelo seu desejo de mudança. Podemos, pois, considerar que, para que a mobilização consiga atingir o seu público, é necessário que haja um propósito que alie o racional com o emocional. Nas palavras de Toro e Werneck,

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

[...] esse propósito deverá estar expresso sob a forma de **um horizonte atrativo, um imaginário 'convocante'** 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 – grifo do autor).

A ausência de um objetivo, o qual seja claro e exequível, dificulta e, até mesmo, impede a adesão das pessoas. Da mesma forma, o processo de mobilização deve contemplar um apelo emocional que toque e mobilize sensivelmente as pessoas já que a sua participação voluntária reverterá em benefícios para o grupo e não em benefícios individuais. As pessoas envolvidas, nesse processo, compartilham o mesmo objetivo do grupo, de maneira que as diferenças individuais não são anuladas, ao contrário, devem ser respeitadas e somadas (TORO e WERNECK, 2004).

Para os autores mencionados, a mobilização social deve ter quatro bases sustentadoras: o imaginário, ou seja, os objetivos do processo, que não podem ser passageiros, ao contrário, devem estar amparados no futuro; o campo, onde atua cada integrante do movimento; a coletivização, ou seja, o sentimento de pertencimento instigado pela circulação de informação; e, finalmente, o acompanhamento das atividades.

Quando a sociedade civil organizada responsabiliza-se 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

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

sociedade a fim de resolver os problemas que estão inseridos em suas realidades cotidianas, enquanto Toro e Werneck (2004) alertam que ignorar uma convocação significa responsabilizar o outro e descomprometer-se com uma mudança passível pela sua participação. No momento em que esta negação ocorre, o indivíduo se sente incapaz de alterar uma realidade, conduzindo a uma responsabilidade solitária do outro.

Quando os indivíduos decidem participar, desenvolvendo atividades em prol da mobilização a qual foram chamados, eles sentem-se pertencentes ao grupo. A esse sentimento dá-se o nome de coletivização. Nesse aspecto, é importante que a comunicação faça parte desse processo para que as pessoas tenham a convicção de que não estão agindo sozinhas. Ou, expresso de outra forma, 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.

Dessa maneira, valoriza-se a circulação de informações visando a que a coletivização ampare a mobilização social. Os resultados alcançados devem estar visíveis em suportes midiáticos com o intuito de torná-los claros, conforme sublinham 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).



# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Essa comunicação em rede possibilita que as metas e os objetivos do processo de mobilização sejam disponibilizados de forma clara aos que têm a intenção de aderir ao movimento e mesmo aos que buscam informações sobre a causa defendida. 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”.

Peruzzo (1998) acredita que a comunicação no processo de mobilização social tem um caráter informativo, mobilizador, conscientizador, bem como democrático. A comunicação, nesse âmbito de atuação, transforma-se com teores que contêm reivindicações que almejam a transformação social. Adquirindo esse caráter, a comunicação, nos movimentos sociais, democratiza os papéis de emissores e receptores, eles não são rigidamente classificados, pois têm liberdade para produzir, interpretar e apropriar-se da forma que melhor lhes convier das 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. Ainda que a comunicação seja fundamental neste processo, os movimentos sociais, entretanto, enfrentam dificuldades para pautar os meios massivos em decorrência de seus filtros, que lhes são característicos e que impedem que essas minorias tenham acesso democrático para discussão nestes espaços.

### **3. O ciberativismo como estratégia de voz às minorias**

A minoria desencadeia discussões porque, conforme Sodré (2005, p. 14), ela   a “recusa do consentimento,   uma voz de dissenso” contra os poderes hegemônicos instituídos. Dessa forma, necessitam levar as suas

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

reivindicações até os meios de comunicação para dialogar com os atores sociais sobre o assunto. No entanto, pode haver o silenciamento das minorias pelos meios de comunicação de massa por não darem espaço a essas vozes discordantes, já que eles – os meios de comunicação de massa - também se configuram como hegemonias e, muitas vezes, podem sofrer com as problematizações criadas por esses atores que emergem nessas minorias.

No entanto, Paiva (2005) afirma que a mídia é o principal mediador social, ao mesmo tempo em que regula as relações sociais. Assim, há uma inversão de mediação para midiatização, corroborando as considerações de Barbalho (2005) ao garantir que as minorias necessitam estar visíveis na mídia. Esse fluxo de aparecimento ou ocultamento promovido pelas ações das minorias é denominado, por Paiva (2005), como *minorias flutuante*, ou seja, a busca por esses atores de ações que os coloquem como pauta ou não nos meios de comunicação.

A busca pelo poder de fala das minorias proposta por Sodré (2005) é retomada por Barbalho (2005, p. 36) ao asseverar que a mídia é a instituição que “detém o maior poder de dar voz, de fazer existir socialmente os discursos”. O que nos faz entender que os meios de comunicação são instituições legitimadas em que deve haver o espaço de discussão social, o qual deve ser de acesso democrático às minorias (BARBALHO, 2005).

A fim de que os movimentos sociais consigam atingir os seus objetivos é necessário que eles estejam presentes nos meios de comunicação. As mídias de massa têm importância porque, segundo Fernandes (1999 *apud* HENRIQUES, 2004, p. 18 e 19), dão “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”.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Os meios de comunicação tradicionais geram visibilidade aos movimentos sociais por seu poder hegemônico. Mas os movimentos, muitas vezes, não conseguem penetrar nesses suportes e, se isso acontece, os discursos da minoria sofrem algumas distorções por filtros resultantes das linhas editoriais e dos interesses econômicos dos meios de comunicação, como argumenta Moraes (2001). Diante dessa situação, os processos de mobilização social tangem por caminhos institucionalizados ou mesmo por outros que não reprimam os seus horizontes éticos.

Nesse cenário, a internet vem ao encontro dos movimentos sociais para tornar visíveis os seus projetos com a estratégia do ciberativismo, que é uma forma de ativismo produzido nesse meio, a rede mundial de computadores. Esta estratégia é uma alternativa dos movimentos sociais aos meios de comunicação de massa tradicionais, que lhes permite "driblar" o monopólio da opinião pública que se faz pelos meios citados. As redes dão liberdade de expressão aos processos de mobilização social, o que, muitas vezes, lhes é negado nas grandes mídias. Como consequência, a migração para a internet caracteriza o ciberativismo, em que os conceitos de cidadania e democracia são adaptados também para esse espaço fluído com a intenção de promover a mobilização social com liberdade de expressão.

Segundo Downing (2001, p. 33), a mídia radical, que se define como "a forma mais atuante da audiência ativa expressa as tendências de oposição, abertas e veladas, nas culturas populares", responde à repressão dos hegemônicos meios tradicionais que silenciam ou diminuem o poder de voz dos indivíduos ou omitem determinados fatos do conhecimento popular. A mídia radical vem suprir a necessidade dos movimentos sociais de liberdade de expressão que lhes é reprimida pelos meios comerciais. Dessa forma, há uma busca por alternativas de expressão dos discursos sociais, entre as quais, o ciberespaço evidencia-

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

se como um expoente. Segundo Póvoa (2000, p. 14), a internet é um “poderoso equalizador social”, que propicia a existência da relação democrática entre os atores conectados na rede, bem como permite a dinamização na circulação de informações pela sua característica interativa.

Moraes (2001, p. 125) acresce que 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 as suas ideias 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 proporcionam aos indivíduos encontrarem-se neste ambiente e, por meio de seus discursos, fortalecer os processos de mobilização social através do aumento do debate, ao contrário do que ocorre nos meios massivos. Tal 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 expressem no perímetro do espaço político desterritorializado (2001, p. 129).

A discussão, no ambiente virtual, diferente dos meios de comunicação tradicionais, dá-se de forma horizontalizada. Os indivíduos podem discutir livremente sobre o assunto, possibilitando que os

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

movimentos sociais sejam plurais, enriquecendo os seus campos de atuação. 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 apontado por Moraes (2001) pode ser aproximado ao proposto por Lemos (2004) que trata do tribalismo, em que os sujeitos desejam estar juntos e seus encontros, imprescindíveis, acontecem no ambiente físico, mas proporcionados pela internet, onde as tribos encontram-se virtualmente.

Além da liberdade dos embates entre os usuários, a internet é utilizada pelos movimentos sociais também pelo “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 vasto alcance, assim como é caracterizada pela disseminação rápida de sua diversidade de informações, as quais são 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 torna-se relevante, visto que dinamiza a relação entre os movimentos sociais, considerados como produtores de sentido social, e os indivíduos, em sua condição de produtores de ações sociais.

Castells (1999) anota que houve uma modificação na estrutura das redes devido à possibilidade de construção de discursos de seus usuários. Essa realidade democratizou a participação dos indivíduos na construção dos movimentos sociais, tornando tais indivíduos atores no processo de construção de sentidos nas redes, dado que se reflete claramente na transformação das relações sociais, como lembra o autor.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Com o ciberativismo, os conceitos de cidadania e democracia, que são buscados pelos processos de mobilização social, são transpostos para a internet. O ciberativismo, por conseguinte, pressupõe que haja uma ciberdemocracia e uma cibercidadania que, em consonância com Marzochi (2007, p. 4), “já não se limita ao pertencimento à cidade ou ao território nacional”, de modo a caracterizar o indivíduo como uma “figura de um cidadão cibernético desterritorializado” (2007, p. 2). Este indivíduo 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 as suas políticas sociais. Ainda segundo o autor,

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, pois, declarar que o ciberespaço é um local democrático para que os indivíduos promovam sua cidadania. O ciberativismo, nesse cenário, vem somar-se às possibilidades que o indivíduo possui de fazer-se sujeito. Nessa busca, o processo de mobilização, instigado pelo

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

imaginário do coletivo, também se faz para que os indivíduos tenham maior possibilidade de encontrar o seu lugar na sociedade como atores.

O ciberativismo faz emergir uma concepção alargada de política, ou seja, uma elevação de questões do cotidiano na agenda pública: novos movimentos sociais e redes pelas quais articulam o seu discurso na busca por visibilidade, credibilidade e legitimidade. É o que se pode denominar a constituição de uma esfera de debate público midiaticizada. Nessa esfera, a diversidade das intencionalidades formalizadas por meio do discurso pode representar espaços anteriormente abafados pelos meios massivos e pelos entraves de suas políticas institucionalizadas.

#### **4. O ciberativismo do Greenpeace**

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

O meio ambiente devido à ação predatória do homem passa por significativas alterações que estão modificando a vida no planeta. Para o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), a degradação ambiental, caracteriza-se 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;

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

(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).

De acordo com Sherer-Warren (1999 *apud* HENRIQUES, 2004), para a defesa dos problemas sociais, existem três tipos de movimentos: os contestadores, que protestam e denunciam os problemas que defendem; os solidarísticos, que cooperam para a resolução de problemas sociais; e, por último, os propositivos, que almejam as mudanças por meio de projetos e propostas de mudança. Henriques avalia que os movimentos ambientalistas possuem característica

[...] contestadora (de repúdio à exploração e à 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) (HENRIQUES, 2004, p. 64).

Diante do cenário ambiental globalmente devastado, houve vários movimentos em prol do resgate da consciência ecológica para minimizar os impactos contra a natureza. Essas atuações destacaram-se, em algumas instâncias, como um processo de mobilização social organizado por pessoas ou mesmo por instituições, como é o caso do *Greenpeace*.



# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

Essa organização<sup>4</sup> atua em 43 países com o intuito de promover a responsabilidade ambiental conscientizando as pessoas e as empresas a mudarem as suas atitudes.

O *Greenpeace* foi criado em uma ação desenvolvida por 12 pessoas, em 15 de setembro de 1971, em Vancouver, no Canadá. Já, no Brasil, a organização atua desde 26 de abril de 1990, sendo que seus escopos de trabalho são: Amazônia, Clima e Energia Renovável, Nuclear, Oceanos e Transgênicos.

Para atingir o seu público e desenvolver as ações que vão ao encontro do seu imaginário, atualmente, o *Greenpeace* faz da internet um de seus principais meios de divulgação, embora já tenha se posicionado contra esta tecnologia (MORAES, 2001). Porém, considerando a importância, a penetrabilidade e o espaço democrático da rede virtual, emprega-a como meio para divulgar as barbáries que agredem o meio ambiente e organiza ciberações. Ressalte-se que o *Greenpeace* também organiza atos em ambientes físicos.

A comunicação realizada pela organização é basicamente virtual, 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 e a cultura de cada lugar. A página virtual do *Greenpeace* oferece diversas ferramentas que podem ser usadas pelos usuários a fim de acompanhar as notícias divulgadas, bem como as campanhas. Entre as ferramentas disponíveis para a interação, estão o *Orkut*, o *Twitter*, o *Facebook*, o *Flickr*, o *YouTube*, o seu *blog*<sup>5</sup> entre outros.

Estas ferramentas objetivam divulgar as ações desenvolvidas pela organização, bem como mobilizar as pessoas para que elas participem da

---

<sup>4</sup> Informações retiradas do site. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil> . Acesso em 18 de maio de 2010.

<sup>5</sup> Estas ferramentas não serão explicadas no presente texto, pois o intuito não é descrevê-las, mas apenas citá-las, mesmo porque as suas funcionalidades já são conhecidas.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

luta a favor da preservação do meio ambiente. Assim como afirmam Toro e Werneck (2004), os processos de mobilização social devem informar os seus públicos para que eles desenvolvam o sentimento de co-responsabilidade. Ao mesmo tempo, a comunicação deve se utilizar de discursos sensíveis ao convocar os indivíduos para que participem das ações. Além disso, todos os escopos de trabalho do *Greenpeace* possuem objetivos bastante claros, o que, conforme Toro e Werneck (2004), ajuda na participação das pessoas, ao deixá-las seguras a respeito dos resultados que as suas ações terão futuramente.

O processo de mobilização buscado pelo *Greenpeace* ocorre no ciberespaço, lugar que ele se apropria para atingir aos seus públicos. Dessa maneira, ele convoca as pessoas para que colaborem, de alguma forma, em seus projetos, seja como voluntário, colaborador ou ciberativista.

O ciberativista é convidado a participar através do seguinte discurso expresso pela instituição: "Proteste nas 'ruas' da internet" <sup>6</sup>. 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 as correspondências eletrônicas 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; e tornar-se um colaborador. Através desta estratégia convocante, o *Greenpeace* ainda salienta que essas ações reforçam a mobilização na rede.

Já o colaborador da organização ajuda com apoio financeiro, pois o *Greenpeace* não recebe doações de empresas, governos ou mesmo

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/> Acesso em 18 de maio de 2010.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

partidos políticos. Além disso, ele também participa das ciberações e das campanhas realizadas pelo *Greenpeace*. O voluntário é aquele que vai às ruas e participa das campanhas que se traduzem no ambiente físico, que se materializam, como registra Barbero (*apud* Moraes, 2001). As ações da organização visam a atos não violentos e criativos a fim de chamar a atenção das pessoas e das 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 voluntário<sup>7</sup>, é necessário preencher um formulário, disponibilizado no *site*, e enviá-lo ao coordenador da respectiva cidade. A partir daí, a pessoa participará de um processo seletivo, que varia a sua regularidade de acordo com o número de inscritos. Atualmente, o *Greenpeace* conta com 4.384.000 ciberativistas e mais de 3.875.000 colaboradores no mundo todo, sendo que, no Brasil, ele soma mais de 250 voluntários, 47 mil colaboradores e 300 mil ciberativistas.

O *site* do *Greenpeace* possui, além de informações institucionais, *links* que permitem à instituição organizar, no ciberespaço, as suas ações contra a devastação ambiental, bem como a mobilização de indivíduos em defesa dessa causa, caracterizando o ciberativismo. O *Greenpeace* considerado como minoria, conforme analisa Sodré (2005), luta contra a hegemonia da produção capitalista globalizada. Sendo assim, a organização defende o meio ambiente por seus próprios meios institucionais a fim de dar voz à causa que defende sem, para isso, depender dos meios massivos e, conseqüentemente, dos seus filtros editoriais.

---

<sup>7</sup> O trabalho voluntário, no Brasil, é regulamentado pela lei 9.608, de 18 de fevereiro de 1998.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

## Considerações finais

Os movimentos sociais como representantes de minorias buscam mobilizar os sujeitos a fim de que estes lutem por determinada causa. Para tanto, os movimentos necessitam dar visibilidade às suas ações e legitimidade aos seus discursos para que, dessa forma, consigam influenciar os centros decisórios de poder para que eles viabilizem soluções para os problemas apontados.

As minorias têm o poder de lutar contra as hegemonias e, para isso, almejam que suas vozes tenham penetrabilidade nos meios de comunicação de massa. Mas essa não é a realidade enfrentada por elas, uma vez que a entrada democrática de seus discursos na mídia é dificultada pelos filtros editoriais, mercadológicos e ideológicos dos meios de comunicação. Eis que se faz necessário que as minorias optem por mídias alternativas.

Nesse cenário, a internet representa um meio importante que, por suas características, propicia que as minorias possam ter voz através de lugares institucionalizados para os debates destes atores. A utilização da internet pelos movimentos sociais, para sua ação ativista, caracteriza o ciberativismo. Esta estratégia permite que os atores dos referidos movimentos consigam mobilizar os indivíduos que estão conectados à rede, assim como lhes proporciona dar visibilidade às ações desenvolvidas.

O *Greenpeace*, organização conhecida mundialmente por sua atuação contra a degradação do meio ambiente, em seu *site*, além de se promover institucionalmente a fim de legitimar os seus discursos e os projetos, mobiliza os indivíduos para que se engajem na causa de proteção ambiental. Para que isso se efetive, a organização apresenta seus propósitos de trabalho nos países em que atua, seus projetos desenvolvidos, informações sobre o meio ambiente, suas premissas como

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

missão, visão, valores, entre outros, e convoca os indivíduos para que ajudem a organização, de diversas formas, para que ela alcance o seu objetivo.

O *Greenpeace*, como movimento social representante das minorias que defendem o meio ambiente, institucionalizou a comunicação em seu *site* a fim de promover debates e ações em defesa da sua causa. Dessa forma, ela consegue, além de legitimar os seus discursos e os projetos propostos, pautar-se em outros meios e influenciar as instâncias públicas e privadas na decisão de determinadas medidas que afetem a natureza.

## Referências bibliográficas

BARBALHO, Alexandre. Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

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.

VIZER, Eduardo. Movimentos sociais: novas tecnologias para novas militâncias. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (orgs.). *Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007.

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.

# COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

ISSN 1981-2132 – Nº 9 – 2011-2

MARZOCHI, Samira Feldman. (2007). *Cidadania cibernética como construção não-governamental: o cyberativismo do Greenpeace*, [Online].

Disponibilidade:

<[http://www.sbsociologia.com.br/congresso\\_v02/papers/GT10%20Estado,%20Cidadania%20e%20Identidade/Cidadania%20cibern%20E9tica%20com%20constru%20E7%20E3o%20n%20E3o-governamental.pdf](http://www.sbsociologia.com.br/congresso_v02/papers/GT10%20Estado,%20Cidadania%20e%20Identidade/Cidadania%20cibern%20E9tica%20com%20constru%20E7%20E3o%20n%20E3o-governamental.pdf)>. Acesso em 12 de junho de 2010.

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

PAIVA, Raquel. Mídia e política de minorias. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

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.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

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