

Práticas ciberativistas: reflexões sobre a participação na cibercultura ambientalista¹

Katarini MIGUEL²

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Partimos do pressuposto que o movimento ambiental, na contemporaneidade, delineia uma cibercultura ao imergir nas TICS (Tecnologias da Informação e Comunicação) e na cultura da mídia. Com isso, oferece uma estrutura comunicativa e um discurso para propiciar a mobilização em rede e as práticas ciberativistas. No presente trabalho, buscamos caracterizar esse fenômeno, compreender as motivações e as significações da participação *online*, a partir de discussão teórica e de entrevistas com seguidores e ativistas da organização *Greenpeace* Brasil.

Palavras-chave: Ciberativismo; Cibercultura; Movimento Ambiental; *Greenpeace*; Comunicação

1) Introdução: o conceito e a prática ciberativista

Estamos presenciando, já alertava Mattelart (2006), diferentes narrativas de ação coletiva, com instâncias próprias de intercâmbios, debates, propostas, baseadas na lógica de redes militantes e solidárias, que tomam impulso na rede de computadores, e acabam por legitimar movimentos de valores. Ainda que o reconhecimento das tecnologias de informação não seja um componente central para a atuação dos movimentos, e não signifique imediatamente a obsolescência de técnicas anteriores de resistência, a aposta na comunicação em rede foi significativa para referendar o ativismo, em suas diversas vertentes, como aquele que discutimos nesse texto.

Temos um cenário propício para a difusão e divulgação das problemáticas ambientais: a internet e a comunicação em rede e sem fronteiras ali praticada, que otimiza tempo, recursos, amplia o alcance das iniciativas e ainda oferece meios de participação, colaboração e engajamento. O movimento ambiental conseguiu com muita propriedade incorporar as tecnologias na sua atuação e estabelecer uma expressão comunicativa bastante eficiente e envolvente, que materializamos aqui na experiência do *Greenpeace*³. Castells

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de S.Paulo. Docente do curso de jornalismo e do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, email: katarini.miguel@ufms.br.

³ No caso, investigamos o *Greenpeace* Brasil por ser uma organização com experiência na prática virtual e com histórico de mobilização. A organização fundada em 1972 está presente atualmente em 40 países e conta com mais de 4 milhões de colaboradores (www.greenpeace.org/brasil/pt/).

(2000) avaliou que entre os movimentos sociais, o ambiental é o de maior produtividade e repercussão por influenciar os diversos setores da sociedade, utilizarem táticas de ação direta e fortemente orientadas à mídia.

Foi nesse contexto que formulamos a tese sobre a existência de uma cibercultura ambientalista que é moldada pelas tecnologias, mas não se limita ao ciberespaço, e traz consigo um discurso bastante imperativo, de mobilização e plena midiaticização (MIGUEL, 2014). A cibercultura se estabelece, a nosso ver, como a própria cultura da contemporaneidade, reflete novas formas de sociabilidade, de dizer e tratar as questões ambientais.

E uma das formas de participação propagada pela cibercultura é o ciberativismo, visto como estratégia e não técnica, baseada em um discurso claro, que gera identificação, focado nos interessados diretos, com ferramentas acessíveis e visibilidade para ganhar mais adeptos e capacidade de replicação (UGARTE, 2007). Para o mesmo autor, ciberativismo é uma forma de empoderamento pessoal, que se conquista no discurso, nas ferramentas e na visibilidade – instrumentos que o *Greenpeace* tem pleno domínio. Ciberativista é aquele que utiliza a Internet para difundir um discurso e colocar à disposição ferramentas com visibilidade necessária para propor mudanças e mostrar algum tipo de contrapoder.

Para Ugarte (2007) o nó ativista da *web* é um autêntico repositório de métodos de lutas individuais e coletivas, que faz uso de brincadeiras, cartazes, slogans, para divulgar e convocar seguidores. Essa constatação tem forte aproximação com a ideia de mídia radical: expressão de movimentos sociais com forte carga comunicativa, que depende “não da argumentação lógica, mas de sua força concentrada e esteticamente concebida” (DOWNING, 2002, p.92). Propostas contra hegemônicas de produção de informação e manifestações comunicativas para além das narrativas textuais e convencionais. Entre as estratégias está o *culture jamming* – que faz uso das técnicas de guerrilha, manipulação de imagens, alteração ou exagero nas informações, interferência cultural com elementos de humor, exaltação das situações de denúncia, ridicularização da imagem e ou da posição do oponente, em uma tentativa de alterar os códigos, pregar contra a uniformidade cultural e o consumismo, por exemplo. Downing (2002, p.150) deu como exemplo justamente a comunicação radical do *Greenpeace*, que emprega verdadeiras “bombas mentais”, como forma de comunicar efêmera, mas efetiva na memória consciente. A utilização de imagens impactantes, referências culturais, ações parodiadas é capaz de romper o ceticismo, a conversa cotidiana para causar um impacto emocional profundo, como o *Greenpeace* faz ao

escalar monumentos, perseguir navios de petróleo e baleeiros, invadir eventos oficiais, parodiar autoridades.

O *Greenpeace* mantém a seção ciberativista⁴ em seu portal institucional, e define que para ciberatuar é preciso se cadastrar como, ‘assinar e compartilhar nossas petições *on-line*, comentar nossas notícias, publicar reportagens, vídeos e banners do *Greenpeace* em sua rede social ou blog’. Contudo, para atender aos preceitos da *web 2.0*⁵ de colaboração, construção conjunta, o ciberativismo deve ir além, e pressupõe uma estrutura horizontal, baseada em agregações espontâneas de indivíduos, sem hierarquia para estabelecer uma nova cultura política, organizada e fomentada exclusivamente pelas redes (TASCÓN; QUINTANA, 2012). São diferenças conceituais e que nos ajudam a entender o tipo de ativismo praticado pelo *Greenpeace*. Mais que isso, queremos revelar as motivações do ciberativista: o que faz as pessoas se engajarem nas causas ambientais e qual o papel da comunicação midiática nesse contexto.

Portanto, para buscar ao menos sinalizar com respostas em um terreno de constante mutação e incertezas, recorreremos a autores que discutem a questão da participação nos movimentos sociais – nos quais incluímos o ambiental - levantando os marcos motivacionais principais. Em um segundo momento, apresentamos os resultados das entrevistas que aplicamos em seguidores, ciberativistas e voluntários do *Greenpeace*⁶, durante o desenvolvimento da nossa Tese de Doutorado. Ao todo, relacionamos 25 respostas que nos propiciaram um quadro exploratório sobre as significações da participação na cibercultura ambiental.

E cabe esclarecer que tratamos participação e engajamento aqui no seu sentido mais denotativo de tomar parte, fazer parte, integrar um grupo ou movimento de forma voluntária. Outro termo muito próximo, engajamento, recorreremos de forma corrente, para indicar envolvimento, ato de se empenhar por uma causa ou ideal.

⁴ <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Ciberativista/>

⁵ Ugarte (2007) fala também em *web 2.1*, como um incremento da 2.0, focada na coprodução. Na definição do autor, refere-se a uma rede de bricolagens, que reúne usuários dispostos a criar, publicar, compartilhar, reciclar os materiais próprios e alheios. Também se discute como avanço da 2.0, a *web semântica* (3.0) com foco na inteligência artificial. Por enquanto, nos centramos na 2.0 que apresenta conceituação melhor definida.

⁶ Contatamos voluntários de forma presencial e fizemos abordagens pela própria Internet com aqueles que participavam de ações ciberativistas. O questionário aplicado contava com perguntas específicas, porém abertas que permitiam detalhamento. Sendo 1) Se é seguidor, ciberativista ou voluntário 2) Tempo que participa do *Greenpeace* 3) Quais os motivos que levaram a participar 4) Como definiria a contribuição 5) Qual a frequência de participação 6) Se já participou de alguma mobilização *online* ou presencial. Enviamos o mesmo questionário para um total de 100 pessoas e obtivemos 25 respostas que são aferidas nesse trabalho.

2) Os marcos motivacionais e as possíveis formas de engajamento na cibercultura ambientalista

São distintos os fatores que podem levar as pessoas a participarem de movimentos sociais e ações coletivas, em especial, atualmente, pela Internet, e discutir razões de participação e motivação não é tarefa simples. Laraña (1999) já falava que se antes a adesão se caracterizava por se identificar com um movimento de forma consciente, integrar um grupo, compartilhar ideais comuns de pertencimento e solidariedade, atualmente, na sociedade complexa, as motivações aumentam e é difícil falar em unidade de um movimento, consenso entre os seguidores: os movimentos são frutos de negociações e conflitos constantes.

Melucci (2001, p.143, tradução nossa) também problematizou a questão da participação.

As pessoas não formam parte de um grupo, não se engajam em uma causa porque compartilham uma condição objetiva ou porque tomaram uma decisão definitiva ou irreversível, mas sim porque continuam elegendo entre distintas opções e assumem a responsabilidade sobre o que isso implica.

Segundo Johnston et al. (2001) as investigações sobre as motivações da participação mostram que para produzir uma ação coletiva, primeiramente é necessário identificar uma situação como injusta, e gerar um sentimento de mal estar com as injustiças, um inconformismo, uma vontade de mudar uma realidade insatisfatória. A situação é ainda mais propícia quando o problema identificado tem relação com o cotidiano. O sentido de realidade e responsabilidade diminui se o objeto de participação não faz parte da vida diária, como bem recordou Laraña (1999).

No movimento ambiental, ainda que exista uma relação próxima com o cotidiano, por tratar temas como qualidade de vida, segurança pessoal, consumo, há também assuntos que não têm vínculo direto e, nesse caso, é necessário ter outros recursos para motivar a participação, como a própria defesa e afirmação da identidade, a legitimidade do grupo e uma comunicação convincente. “De fato, nos casos em que as metas dos movimentos parecem especialmente gerais ou difíceis de realizar, é possível que sua força se radique nas orientações pessoais dos atores e na forte imbricação que o grupo tem na vida diária de seus participantes” (JOHNSTON ET AL., 2001, p.27, tradução nossa).

A expressão comunicativa dos movimentos, o discurso, a linguagem empregada e seus elementos associados, em nossa opinião, são determinantes para incitar a participação,

convencer o cidadão e fazer o contrapeso quando as ações não são tão práticas ou relacionadas com a cotidianidade. Por meio do discurso, os movimentos difundem significados que incidem em motivações individuais, constroem verdadeiros estímulos à participação, e conseguem incluir questões para debate na esfera pública. Inclusive os movimentos chegam a se afastar do debate político mais amplo em seu discurso para estar mais próximos da vida cotidiana de seus seguidores, acreditam os autores.

Outra questão que tem relação com a participação e com a construção de um discurso apropriado é a ressonância cultural, termo explicado por McAdam (2001), que recorre à cultura em suas diferentes manifestações para entender a aparição e desenvolvimento dos movimentos sociais. Parte dos êxitos dos movimentos sociais depende “da ressonância cultural dos marcos de referência promovidos pelos organizadores” e também por “associar suas reivindicações a controvérsias públicas de grande ressonância na sociedade em geral”. (MCADAM, 2001, p. 45, tradução nossa). Portanto, os movimentos suscitam formas de consciência, são capazes de pautar temas que geram identificação, repercussão na sociedade e ainda propõem uma visão de mundo que se faz legítima e motiva as pessoas à participação para buscar uma eventual transformação em diversos setores da sociedade. Essa ressonância cultural vemos ocorrer de diferentes maneiras: por meio de reivindicação que afeta diretamente um grupo determinado, pelas formas de comunicar e expressar os problemas com elementos culturais facilmente reconhecidos, e até mesmo nos meios atrativos oferecidos para a participação. No caso do *Greenpeace*, o fato de atuar pela Internet, em redes sociais digitais, facilitando formas de participação *online* é determinante para o engajamento, e confirmamos isso nas entrevistas com os seguidores da organização. Ao mesmo tempo, o discurso eleito, com linguagem coloquial, sensibilizadora, com muitas imagens - referências a desenhos animados, games, universo pop - vinculação com o cotidiano e com temas de interesse como os animais em extinção e as questões urbanas, por exemplo, geram identificação cultural e determinam o êxito das campanhas (MIGUEL, 2014).

O que nos apoia também no entendimento da participação em movimentos como o *Greenpeace*, e está diretamente vinculada com a comunicação produzida, é a emoção. Os marcos emocionais são capazes de gerar e conduzir para a conquista da participação com um grau maior de apoio, como bem explicou Flam (2005). As emoções são parte da dinâmica dos movimentos. Os sentimentos de indignação, injustiça, medo, esperança, vergonha e até mesmo a euforia são fatores de empoderamento dos movimentos. Um

discurso bem construído com forte carga emotiva, imagens impactantes, que sejam capazes de evidenciar aspectos da realidade, causando raiva, ira, tem muito mais capacidade de motivação e de ressonância entre os potenciais seguidores do que uma comunicação racional. Por isso mesmo que para a difusão dos problemas e suas consequências muitos movimentos sociais, por exemplo, utilizam do exagero e do viés sentimental para impulsionar o comportamento coletivo. Ademais, não podemos nos esquecer de que o medo das catástrofes ambientais, de certos comportamentos em uma sociedade de risco, também podem supor a urgência de mudanças e levar os indivíduos reflexivos a responderem às incertezas com mobilização.

Logo, temos aqui os elementos principais que avaliamos como responsáveis pela ampla participação em movimentos ambientais: sua relação com o cotidiano, capacidade de ressonância cultural entre os prováveis seguidores, um discurso apropriado que gera identificação e a força das emoções para motivar a participação. Todos estes fatores estão refletidos na comunicação praticada pelo *Greenpeace*, conforme temos comprovado em nossas investigações científicas e empíricas.

Nosso intuito agora é entender melhor se estas motivações permanecem no contexto das TICs. Nesse contexto, avaliar se as facilidades das ferramentas e dispositivos virtuais podem incrementar, aumentar, produzir novas formas de participação política, ou mesmo de engajamento cívico. Essas questões foram colocadas por Gomes (2011) e são válidas para entendermos o potencial desses mecanismos e as novas formas de participação na contemporaneidade. Mas o espectro é amplo, e existem diferentes formas de participação, gradação, “de um lado, pela participação política em que a Internet (isto é, as ferramentas, as linguagens, os produtos e os aparelhos e as máquinas de conexão digital) é instrumental, de outro, pela participação civil em que Internet é essencial” (GOMES, 2011, p.20). Sem esquecer que esse envolvimento requer um estímulo, um motivo, um benefício privado ao próprio participante e, ao mesmo tempo, no âmbito da democracia, o vínculo coletivo, do contrato social, lembra o autor. Fatores que encontram ecos nos marcos de motivação que discutimos anteriormente.

E existem diferenças em participar usando *e-mails*, lendo jornais e *sites* políticos pela Internet e se engajar em fóruns, redes, empregar ferramentas digitais para participar de iniciativas com propósitos políticos. A participação *online* “passa por questões relacionadas ao desejo tanto quanto por questões relacionadas a meios, motivos e oportunidades de participação” (GOMES, 2011, p.39) e, com isso, está relacionada a diferentes fatores:

motivações próprias, oportunidades adequadas para atingir fins desejáveis, disponibilidade de ferramentas, recompensas ou constrangimentos ao participar (ou não). Além disso, a energia e o esforço dispendido devem ser recompensados (ao menos emocionalmente).

Mas a participação não deve ser automática ou apenas propiciada pelas facilidades e agilidades das tecnologias, ela deve ser qualificada, relevante e efetiva. “As pessoas precisam de meios para participar tanto quanto precisam de liberdade e de informação que os habilitem a tanto” (GOMES, 2011, p.37). O que está em jogo, na visão do autor, é a qualidade e a oportunidade de todo cidadão integrar a esfera pública e a vida política, fortalecer a esfera civil e habilitar minorias políticas. Mas apenas uma parte menor da ação ou da participação política se dá mediante iniciativas digitais, embora estas sejam as formas especialmente fecundas de ‘*empowerment* civil’ (GOMES, 2011, p.40).

Há um verdadeiro obstáculo na participação quando engloba debates complexos, que exigem conhecimento prévio, aprofundado e que acabam por favorecer grupos privilegiados de acesso. Maia (2008) averiguou que muitos movimentos sociais com inabilidade em comunicar, tematizar restrições, explicar os meios e os fins das problemáticas acabam também por criar nichos onde só os politicamente formados e entendidos conseguem questionar o que se deve fazer, o que modificar e como agir. É preciso uma linguagem adequada para construir verdadeiros espaços de discussão e motivação.

Quando se pretende inclusivo, o debate não pode ser especializado e, nesse sentido Maia (2008) sugere usar linguagem comum, com códigos culturais reconhecíveis, visando à compreensibilidade dos problemas e a cooperação dialógica entre os diferentes públicos.

O que nos interessa na abordagem da autora é entender se a comunicação em rede reconfigura formas de participação política. O certo é que ao mesmo tempo em que as TICs podem fortalecer a democracia e facilitar a participação cívica (restaurar comunidades, prover encontros independente de local geográfico, superar tempo e espaço) podem “sustentar regimes ditatoriais, criar assimetrias, aumentar desigualdade e aprofundar injustiças, principalmente entre aqueles que têm e os que não têm acesso” (MAIA, 2011, p.68).

Para a autora, os obstáculos tradicionais ao exercício da democracia que são, principalmente, falta de informação, apatia e desconexão entre cidadãos e seus representantes, continuam existindo mesmo em sociedades com amplo acesso às tecnologias. Por isso, defendemos que a Internet por si só, sua mera existência, não

promove a participação política, mas facilita e disponibiliza estratégias de aproximação, mobilização, reforça e cria novos vínculos. As atividades virtuais e físicas estão integradas, inclusive na participação política, não existe um universo paralelo e autônomo.

Movimentos sociais históricos sempre tiveram atuação política, exerciam militância antes das tecnologias, já nos lembrou Mattelart (2006), e o que fazem agora é ampliar o trabalho, incrementar e reforçar a participação. Como é o caso do movimento ambiental que atua nas dimensões *online* e presencial, oferece um amplo e bem sucedido repertório de ações simbólicas, alicerçados em um discurso próprio, que antes restrito a espaços limitados, com a rede passam a ter alcance global (TASCON; QUINTANA, 2012). Ao mesmo tempo em que a Internet permite inovar nas formas de engajamento, é também espaço de posicionamentos flexíveis, sem espessura ideológica e com direcionamentos políticos bastante difusos. Com isso, a “aplicação da Internet depende amplamente dos propósitos de seus usuários e do contexto social” (MAIA, 2011, p.74).

Mas diversas perguntas nos surgiram na tentativa de compreender o fenômeno da participação em rede: Que mecanismos de participação são usados pelo *Greenpeace* na cibercultura? Eles atuam apenas para fidelizar, angariar recursos, realizar o marketing, ou efetivamente são usados para fomentar o debate, incorporar críticas e dúvidas dos usuários? Entendendo o ato de participar *online* como ir além do mero acesso às páginas eletrônicas e redes digitais, como forma de atuar, ainda que minimamente, com comentários, compartilhamentos, assinatura e replicação de documentos.

Temos algumas pistas.

No portal do *Greenpeace* a forma de intervenção mais direta é por meio de comentários, que pela nossa livre coleta de dados, observamos que são poucos, não são respondidos diretamente e tampouco suscitam uma discussão. Não há mediação de debates e nem, muitas vezes, respostas diretas da organização aos questionamentos. Averiguamos no âmbito do portal que não existe uma estrutura colaborativa que permita, por exemplo, a proposição de conteúdos e discussões, documentos abertos com opções personalizadas, e a proposta mais próxima da interatividade é o item ciberativista, que permite integrar um modelo de mobilização, assinando petições, moções, divulgando as campanhas em blogs e outros espaços, ‘doando um *tweet*’ (que consiste em autorizar, por meio de um aplicativo, que o *Greenpeace* publique as campanhas diretamente no perfil do *Twitter* do usuário).

Nas redes sociais digitais há um compartilhamento muito mais significativo, o número de comentários é surpreendente em certas ocasiões e o debate é mais propício, o

que pode ser atribuído à dinâmica mais livre do *Facebook*, sem necessidade de cadastro ou de passar por filtros prévios. A média de comentários que verificamos, durante todo o ano de 2012, somente durante a campanha específica Salve o Ártico foi de 271 comentários em cada novo post, um deles registrando espantosos 1.800 comentários⁷. Obviamente que as intervenções são diversas e difíceis de padronizar – vão desde um simples ‘apoio’ a manifestações de piedade, críticas, sugestões, até retaliações, questionamentos e xingamentos diretos. Também notamos uma participação mais significativa quando o *Greenpeace* realiza ações virtuais específicas como as *tuitadas* (em que os internautas são convocados a publicar *tweets* de campanhas, com *hashtags* específicas para dar visibilidade à questão na rede) e o *#PapoGreenpeace*⁸, uma espécie de videoconferência, realizada esporadicamente, com militantes diretos e funcionários, explicando uma campanha ou assunto ambiental em evidência, sendo possível enviar perguntas e comentários. O interessante ali é que na página de transmissão do vídeo tinha a possibilidade de participação por *chat*, onde verificamos um real debate não filtrado, encadeado, com questões bastante específicas como, nos casos daqueles que acompanhamos, que discutiram os custos do desmatamento, a anistia aos desmatadores, o Cadastro de Áreas Rurais e obras de infraestrutura, além de questionarem o trabalho dos ativistas, mas em nenhum momento houve resposta do *Greenpeace*.

Marzochi (2009), que também realizou um trabalho com o *Greenpeace*, identificou que embora a organização conte com *chats*, fórum de discussão e atenda os interessados por meio de correio eletrônico, na maior parte das vezes, não incorpora as sugestões e nem busca decisões coletivas para suas ações. Todas as campanhas e atividades são definidas hierarquicamente. A autora faz outra consideração importante sobre a participação no *Greenpeace* que é referente ao trabalho do ativista e ciberativista. Este último atua diretamente na organização e é treinado para ações presenciais de impacto, envolvendo escalada, alpinismo, conhecimento de atividades aéreas e náuticas. Enquanto os ciberativistas exercem uma função anônima, sem compromissos, pautada em ações virtuais.

⁷ A observação foi realizada durante junho de 2012 a junho de 2013 no *Facebook* do *Greenpeace* Brasil (<https://pt-br.facebook.com/GreenpeaceBrasil>), considerando as postagens específicas sobre a Campanha Salve o Ártico (www.salveoartico.org), como parte da nossa Tese de Doutorado (MIGUEL, 2014).

⁸ Pudemos acompanhar o *papo Greenpeace* em duas ocasiões, sobre a mobilização nacional pelo Desmatamento Zero, em 5 dezembro de 2013, e verificamos que pelo menos 30 pessoas acompanharam a transmissão. E outra oportunidade, em 16 de janeiro de 2014, com 130 pessoas assistindo à conferência com a ativista Ana Paula Maciel, que ficou detida na Rússia após protesto no Ártico. Os eventos são anunciados antecipadamente e há link no portal e nas redes sociais digitais para aceder à plataforma de transmissão de vídeo *livestream*. A videoconferência estava disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Blog/papo-greenpeace-sobre-a-mobilizao-nacional-pe/blog/47576/>.

E para tal basta se cadastrar como e “assinar e compartilhar nossas petições on-line, comentar nossas notícias (...)”. Ou seja, uma estratégia que propicia um engajamento superficial, que conta com uma engrenagem centralizada, no caso o alto escalão do *Greenpeace*, que planeja estrategicamente as atividades e os meios de participação. Tanto que os próprios seguidores das redes sociais digitais têm dificuldade para se reconhecerem como ciberativistas, como ficou evidenciado nas respostas que obtivemos e que comentamos na sequência.

3) As possíveis significações da participação na luta ambiental: o ciberativista do Greenpeace Brasil

Nossa amostra foi bastante diversificada, abrangendo homens e mulheres de diferentes perfis, como estudantes, profissionais liberais e técnicos, aposentados, dona de casa e professora universitária, com idades que variaram de 19 a 76 anos, evidenciando o público abrangente do *Greenpeace*.

As respostas nos levaram a visualizar que a participação começou a ocorrer por meio exclusivamente da Internet. Apenas três dos entrevistados participavam do *Greenpeace* antes das facilidades tecnológicas, sendo uma com oito anos de atuação como voluntária e ativista, e outras duas que acompanham desde a fundação. Mas as motivações para a participação envolvem o reconhecimento e o histórico de longa data do *Greenpeace*, que podem ser comprovadas com respostas como “Acho o *Greenpeace* uma das mais sérias defensoras do meio ambiente” (PETRONILHO, 2013); “O que me levou a acompanhar o *Facebook* do *Greenpeace* é o grande nome que eles têm” (ZACARIAS, 2013). E também estímulos mais romantizados como o amor pela natureza, a vontade de agir para mudar o mundo, a consciência dos problemas ambientais e outras respostas no sentido mais altruísta que foram frequentes entre os voluntários, que são aqueles que atuam presencialmente.

A maioria dos abordados limita sua participação ao ambiente virtual e atua em mobilizações *online*, por meio, principalmente, de assinaturas de petição e compartilhamento de informações. Seis entrevistados afirmaram que já participaram de ações presenciais. Sendo quatro deles atuando como voluntários, uma que participou de manifestação em São Paulo e outra que coletou assinaturas de forma presencial e enviou para o *Greenpeace*. Mais da metade dos entrevistados, 60%, acredita que a participação é tímida, definindo como bem limitada, pequena, gostaria de ajudar mais e outras: “Defino minha contribuição como muito pequena, mas a que posso dar” (CANTO, 2013); “Minha

contribuição é mínima (infinitamente inferior ao que gostaria: tomo conhecimento das ações, compartilho mensagens)” (OLIVEIRA 2013). Alguns até citando que gostariam de ajudar financeiramente (ou que pretendem fazer em breve).

Existe mais de um milhão de ciberativistas cadastrados no portal do *Greenpeace* só do Brasil, conforme relatório institucional⁹. Mas estimar o número de pessoas que se engaja ativamente é uma tarefa improvável no ciberespaço, pois depende do interesse específico, do alcance da divulgação. Verificamos que apesar da maioria compartilhar informações, assinar petições, participar de mobilizações *online*, uma parte significativa não se denomina como ciberativista, por achar que faz pouco, que não realizou um cadastro oficial ou que não lhe foi concedida a função. Das 25 respostas apenas duas delas afirmaram que não realizam nenhuma ação, apenas tomam conhecimento. O restante pelo menos replicavam informações, mas a metade dos entrevistados se identificou apenas como seguidor. As opções eram se denominar como seguidor pelas redes sociais digitais (no caso apenas acompanhando a atuação da organização); ciberativista como aquele que participa mais ativamente pela Internet, conforme enquadramento do próprio *Greenpeace*; voluntário com atuação presencial, coordenada pela organização, e filiado como aquele que contribui com recursos financeiros. No total, 12 se enquadraram como ciberativistas (dos quais três também eram voluntários), 12 seguidores, quase que exclusivamente pelo *Facebook*, e uma das pessoas abordadas atuava exclusivamente como voluntária. Apenas dois dos entrevistados colaboravam financeiramente com a organização e uma delas de forma esporádica.

O contato com as redes sociais digitais do *Greenpeace* é constante: 50% afirma tomar conhecimento das atividades pelo menos uma vez por semana, isso sem considerar uma parte que não soube estimar a frequência, com um dos entrevistados citando que chega a acessar o portal três vezes por dia. O que confirma mais uma vez o protagonismo das tecnologias para o reconhecimento dos problemas ambientais. As respostas evidenciam a confiança nas informações da organização e o empenho em fazer o que o *Greenpeace* propõe: “faço muita divulgação, *online*, *Facebook*, e-mail, já participei de algumas manifestações que ocorreram aqui perto de casa, no vão do MASP, solicitando assinaturas em projetos como Desmatamento Zero, ou solicitando que as pessoas conheçam o importantíssimo trabalho do *Greenpeace* (...)” (PETRONILHO, 2013). “Tenho feito o que eles sugerem, liguei para a embaixada (desligaram na minha cara), mando e-mails e todos

⁹ https://issuu.com/greenpeacebrasil/docs/relatorio_anual_2014_greenpeace.

os dias compartilho algo sobre a prisão deles” (ROCHA, 2013) “(...) fiquei sem abastecer meu carro em postos desta bandeira até o *Greenpeace* postar que eles haviam parado com as ações” (FERREIRA, 2013); “assino e compartilho o que eles pedem” (MOREIRA, 2013). Poucas respostas, três delas mais especificamente, mostraram desconfiança e questionaram certas práticas. “As pessoas parecem gostar do espetáculo oferecido. Das ‘grandes’ causas. Coisas como ‘eles estão ali por nós’, acho um equívoco ‘idealista’ (MIRANDA, 2014); “o *site* mostra problemas ambientais, mas deveria melhorar a relação com os internautas para que os mesmos possam se interessar e buscar se aprofundar melhor no que se trata de meio ambiente” (LIMA, 2013).

A comunicação em rede se estabeleceu como alicerce das ações do *Greenpeace*. As mídias sociais digitais acabaram por ser determinantes no engajamento, e se consolidaram, inclusive, como os pontos de acesso dos diferentes públicos do *Greenpeace*. “É como se os *sites* nacionais fossem os próprios escritórios, uma vez que, normalmente, não se tem acesso aos estabelecimentos concretos da organização” (MARZOCHI, 2009, p.297). No caso, apenas voluntários e ativistas acabam tendo contato direto com a organização e seus funcionários, e participam em diferentes ações e manifestações presenciais. Grupos de voluntários do *Greenpeace* atuam e se reúnem presencialmente apenas em oito capitais do Brasil (<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Participe/Voluntario/>).

Os ciberativistas (e, por vezes, os ativistas e voluntários) são antes de tudo espectadores do *Greenpeace*. Uma vez que os temas de campanha são traçados em reuniões internacionais e que as estratégias para a realização das ações-diretas espetaculares são definidas em sigilo, “só resta ao sócio ‘ativista’ admirar pela TV ou Internet o modo como a organização vem empregando sua contribuição mensal” (MARZOCHI, 2009, p. 301).

Temos, portanto, uma organização que pratica o ativismo com ferramentas das TICs, mas ainda assim conserva uma estrutura comunicativa muito mais verticalizada e unidirecional, em que tudo é decidido e implantado hierarquicamente pela organização. Podemos afirmar que oferecem formas de participação por meio do portal, das redes sociais digitais, mas as reivindicações já estão prontas e obedecem a um modelo internacional que busca, prioritariamente, a divulgação das questões e da causa, e uma performance programada, sem preocupação em estabelecer um legítimo debate. O ciberativismo, ainda que designado em sua proposta mais superficial pela própria organização, não é sequer reconhecido pelos próprios usuários, não atende aos preceitos de colaboração da web 2.0,

mas é impulsionado pela longa e midiática trajetória da organização, que lhe conferiu credibilidade e autoridade.

Cabe aqui retomar Blanco (2006) que, em uma publicação coletiva sobre usos políticos e sociais da rede, reconheceu que as tecnologias aumentaram a capacidade de processar e armazenar informações, indicando um novo espaço público, com usos institucionais e cotidianos, favorecendo agregações, mobilizações e ações conjuntas. Porém, sugeriu cuidado com a mera pose revolucionária, com o frenesi do ativismo cotidiano que ofusca a reflexão. “O ativismo cibernético se alimenta do mito de que a revolução se pode alcançar sem levantar-se do computador e os ativistas se convertem no futuro *pantheon* guerrilheiro” (BLANCO, 2006, p.7, tradução nossa). Mas é um ativismo muitas vezes segregado a quem tem capacidade de consumo tecnológico. Além disso, o mesmo autor avalia que a atuação ‘política’ por meio das tecnologias é repleta de facilidades, mas está orientada para a ação, não contemplação, para o presente, não para a tradição. Uma dinâmica particular que é mais propensa a gerar discrepâncias do que consensos, a enfatizar as diferenças sobre as coincidências, não confere solidariedade e responsabilidades concretas, além disso, o anonimato na rede “garante menor implicação, e facilidade de pertencer a coletivos heterogêneos” (BLANCO, 2006, p.14, tradução nossa).

Com isso, terminamos a proposta reflexiva sem um ponto final, mas com dados empíricos e exploratórios, que nos permitiram traçar um cenário preliminar da participação em rede no *Greenpeace*: facilitada sobremaneira pelas TICs, intensa na quantidade, consegue colocar a temática ambiental em evidência, mas não favorece o questionamento, o debate, a construção conjunta de proposituras. E nesse sentido, pode e deve ser incrementada, como os próprios entrevistados reconhecem.

Referências

BLANCO, Victor Sampedro. Estratégias de futuro en clave de presente (Y algún pescozón del pasado). In: REUNIÓN DE OVEJAS ELECTRÓNICAS. **Ciberactivismo. Sobre usos políticos y sociales de la red**. Barcelona: Vírus editorial, 2006. p.5 -14.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 2ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, 2).

DOWNING, John. D. **Mídia Radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002. (com a colaboração de Tamara Villarreal, Geneve Gil, Laura Stein).

FLAM, Helena. **Emotions and social movements**. Routledge: Estados Unidos – Canadá, 2005

FERREIRA, Carolina. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <k-miguel@uol.com.br>. 10 out.2013.

GOMES, Wilson. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: MAIA, Rousiley Celi; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo. **Internet e Participação Política no Brasil.** Porto Alegre: Sulina, 2011, p.19-45.

JOHNSTON, Hank et al. **Identidades, Ideologías y vida cotidiana en los nuevos movimientos sociales.** In: Laraña, Enrique, Gusfield, Joseph. (Eds.) **Los nuevos movimientos sociales - de la ideología a la identidad.** Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2001, p.3-42.

LARAÑA, Enrique. **La construcción de los movimientos sociales.** Madrid: Alianza editorial, 1999.

LIMA, Carlos. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por *Facebook* em 03 dez.2013.

MAIA, Rousiley Celi. Política deliberativa e considerações acerca do conceito de esfera pública. In: Maia, Rousiley Celi. **Mídia e Deliberação.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, p.55-91.

MARZOCHI, Samira Feldman. **Metamodernidade e Política. A ONG Greenpeace.** 2009, Tese (Doutorado em Sociologia). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação.** São Paulo: Loyola, 2006.

MELUCCI, Alberto ¿Qué hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales? In: Laraña, Enrique, Gusfield, Joseph. (Eds.) **Los nuevos movimientos sociales - de la ideología a la identidad.** Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2001, p.121-148.

MIGUEL, Katarini. **Pensar a cibercultura ambientalista: comunicação, mobilização e as estratégias discursivas do Greenpeace Brasil.** 2014, Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo,

MIRANDA, Fabiana Moes. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <k-miguel@uol.com.br>. 21 fev.2014.

MOREIRA, Erika. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. 10 out.2013. Mensagem recebida por <k-miguel@uol.com.br>. 11 nov.2013.

OLIVEIRA, Cristiane Sabino. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por *Facebook* em 12 nov.2013

PETRONILHO, Guida. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por *Facebook* em 17 nov.2013.

TASCÓN, Mario; QUINTANA, Yolanda. **Ciberactivismo. La nuevas revoluciones de las multitudes conectadas.** Madrid: Los Libros de la Catarata, 2012.

UGARTE, Davi. **El poder de las redes.** Madrid: Biblioteca de las Indias Electrónicas, 2007.

ZACARIAS, Diogo. **Entrevista concedida a Katarini G. Miguel.** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por *Facebook* em 11 nov.2013.