

Cartografias e devires dos Microgrupos de Poder na Internet: o Ciberativismo do Greenpeace como Produtor Social na Internet

Maria Ivete Trevisan Fossá*
Rafaela Caetano Pinto**

Resumo: Com o processo de globalização, em que a sociedade está cada vez mais imersa no mundo das novas tecnologias de informação e de comunicação, o desenvolvimento de novos dispositivos midiáticos como a internet amplia as possibilidades de interação e de organização dos novos movimentos sociais em escala global. Este artigo contempla os atores cujo foco e recorte analítico compõe a subpolítica, ou seja, os microgrupos de poder. Trata-se de uma reflexão sobre o Greenpeace, enquanto produtor social, que utiliza o ciberativismo como estratégia para construir um imaginário social e conscientizar os indivíduos e organizações dos impactos nocivos sobre o meio ambiente. Assim, pretende-se descrever algumas ações da organização para entender de que forma ela busca atingir seu objetivo de mobilização social em torno de problemas ambientais globais.

Palavras-chave: microgrupos; poder; internet; ciberativismo, movimentos sociais

Resumen: Con el proceso de globalización, en que la sociedad es cada vez más inmersa en el mundo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, el desarrollo de nuevos dispositivos de medios, como la Internet, amplía las posibilidades de interacción y organización de los nuevos movimientos sociales en escala mundial. Este artículo trata de los actores que tienen enfoque de análisis integrante de la subpolítica - los microgrupos de poder. Tratamos de reflexionar sobre el Greenpeace, como productor social, que utiliza el ciberactivismo como estrategia para construir un imaginario social y concientizar los individuos e organizaciones sobre los impactos dañinos en el medio ambiente. De esta manera, pretendemos describir algunas acciones de la organización para entender como ella busca alcanzar sus objetivos de movilización social sobre los problemas ambientales globales.

Palabras clave: microgrupos, poder, internet, ciberactivismo, movimientos sociales

Abstract: With the globalization process, in which society is increasingly immersed in the world of new information technologies and communication, development of new media devices such as the Internet extend the possibilities of interaction and organization of new social movements on a global scale. This paper deals with the actors whose focus and analytical approach comprises the sub-politics, namely the power of micro-groups. This is a reflection on the Greenpeace as a producer society, which uses the cyber activism as a strategy to build a social imaginary and educate individuals and organizations from the harmful impacts on the environment. We intend to describe some actions of the organization to understand how it seeks to achieve its goal of social mobilization around global environmental problems.

Keywords: microgroups; power; internet; cyber activism, social movements

Introdução

Com o processo de globalização, em que a sociedade está cada vez mais imersa no mundo das novas tecnologias de informação e de comunicação, a esfera pública, espaço para debate das ações de governabilidade pela sociedade civil, se firma cada vez mais como sendo um espaço de circulação de idéias não localizadas e que cruza conflitos argumentativos entre indivíduos ou grupos em contextos espaços-temporais diferentes. Dessa forma, o desenvolvimento de novos dispositivos midiáticos como a internet ampliam as possibilidades de interação e de organização dos movimentos sociais em escala global.

Sob essa perspectiva, o presente artigo contempla os atores cujo foco e recorte analítico compõe a subpolítica, ou seja, os microgrupos de poder. Será observada a configuração destes microgrupos no contexto midiático. Trata-se de uma reflexão sobre as relações complexas que permeiam a atualidade e desenham as interações dos campos sociais como a mídia, cuja interface resulta da relevância da visibilidade como condição de realização das práticas sociais na esfera pública. São novas condições que incidem sobre os processos de construção dos discursos sociais, nas operações de produção de sentido, no interior do campo da mídia, conferindo o protagonismo desta ao mostrar/ensinar aos demais campos suas lógicas econômica, tecnológica e simbólica, que regem a visibilidade ou invisibilidade contemporânea.

Um novo quadro político, combinado com o desenvolvimento das novas tecnologias faz surgir o desdobramento de uma democracia representativa para uma democracia deliberativa¹, devido às possibilidades de interação e à organização virtual de grupos de interesse em escala global. Assim, a esfera pública contemporânea constitui uma arena de negociação de sentidos que reflete as inter-relações estabelecidas entre governo, mídia e subpolíticas, sendo que o poder se constitui no próprio corpo social das relações que tecem a esfera pública, materializado no discurso empreendido pelos diversos campos que a integram.

Sob a perspectiva de Foucault (1991), entendemos que o poder se caracteriza como indeterminado, descentralizado e intangível, manifestado no cotidiano de forma heterogênea. A partir disso, buscamos evidenciar sua atuação enquanto subpolítica na esfera pública. Suas incursões pelo discurso midiático que a tematiza, movimenta a opinião pública e exerce pressão sobre a política institucionalizada. Trata-se de uma concepção que ressalta a eficácia produtiva e a riqueza estratégica que circundam as relações de poder e que permitem uma análise microfísica ao procurar cartografar focos específicos de grupos de interesse que se apropriam da visibilidade midiática e descentralizam a produção da informação na sociedade contemporânea.

Discussão essa que atenta para o intuito de trazer à luz da teoria a exemplificação de um tipo de ação específica da subpolítica no espaço midiático, o Greenpeace. Esse contexto reconfigura a cena política por meio da inserção de novos atores sociais na esfera de debate público. Nesse sentido, os movimentos, como o Greenpeace, partilham interesses e dependem cada vez mais do espaço de visibilidade midiática para mobilizar outros indivíduos e, assim, exercer pressão coletiva junto à política institucionalizada. Trata-se do partilhamento de sentidos, politização de diversos domínios da vida, nos quais, a subpolítica integra membros da sociedade como produtores da informação que passam da condição de usuários para produtores, expressando seus interesses através de suas próprias vozes na esfera pública midiaticizada.

A ação descentralizada dos microgrupos de poder e o seu potencial de transformação política

Os dispositivos midiáticos como a internet, utilizados pelos

movimentos sociais, conferem um rompimento da política tradicional configurada na contemporaneidade e resultam numa sociedade complexa cuja “realidade” é transformada nas suas mais variadas dimensões.

A própria globalização, que deu voz a uma diversidade de movimentos sociais, ocasionou uma evasão da atuação do Estado para aspectos que englobam a economia e a política externa, a qual objetivada pela inserção global direciona-se para setores supranacionais. Muitas são as estratégias de governo² e não de Estado, mas que com o imperativo global, acabam repetindo-se a cada mandato, restando poucos países que não tenham entrado no circuito global de economia, cultura e política.

Esse cenário constrói alianças, gera incertezas e embates ideológicos e coloca todos num emaranhado sistema onde as vantagens e os riscos tornam todos interdependentes. Nesse contexto, novos desafios tornam as estruturas sociais mais vulneráveis acarretando uma sensação de insegurança cada vez maior da sociedade, que se torna dependente de mais atenção para assuntos cotidianos ou mundanos.

Nesse sentido, os cidadãos depositam menos confiança na política institucionalizada para resolução das problemáticas sociais. Além disso, o posicionamento dos representantes do governo com seus objetivos, muitas vezes partidários, acabam reduzindo a política governamental a disputas de ideologias bivalentes. Tal situação acaba instituindo o fazer político ao processo eleitoral inevitavelmente espetacularizado e midiaticizado, que na busca por visibilidade coloca a democracia nos limites do exercício do voto.

Diante disso, entendemos que a incapacidade das instituições políticas tradicionais de lidarem com os desafios da sociedade globalizada, pressupõem amarras burocráticas que a institucionalização apregoa, não acompanhando a velocidade com que ocorrem as mudanças. Em contrapartida, observa-se a “explosão” de novos movimentos sociais. Observa-se atualmente, que a sociedade contemporânea está envolta por ações ativistas dotadas de um poder maior de alcance devido ao acesso às tecnologias de informação e de comunicação.

Segundo Giddens (2005), a existência dos movimentos sociais não anula ou rompe a política tradicional, ela apenas passa a ser influente juntamente com esta na construção do cenário político, por meio da articulação e representação da sociedade civil. Como afirma Giddens, “a vida política não acontece apenas dentro do esquema ortodoxo dos partidos políticos, da votação e da representação em organismos legislativos e governamentais” (2005, p. 356). O autor também ressalta que essas

formas não-ortodoxas de ação política talvez tenham um poder de mudança maior no sistema social por não estarem amarradas ao esquema burocrático que ofusca as instituições deliberativas.

Compreendemos que o uso das novas tecnologias de informação e de comunicação pelos movimentos sociais resulta em não só pressionar outras instâncias políticas, mas também formar comunidades políticas transitórias ou não. Pode-se evidenciar a tríplice comunicacional proposta por Vizer (2007) e verificar que as ações por meio dos dispositivos tecnológicos inferem na autorreferencialidade, a forma como esses movimentos se representam; na interreferencialidade, que indica as relações estabelecidas e na referencialidade que implica na visão de mundo que reproduzem. Sobre essas projeções dos movimentos sociais, em conformidade com Leal (2006), podemos afirmar que muito da presença ou participação destes nos espaços de deliberação ou na mídia vem do reconhecimento da importância da sua comunidade pela qual eles se manifestam, por meio da linguagem. Isso consiste num movimento duplamente projetivo: “projetos de comunidades que se projetam na linguagem, via projeção pública de seus representantes” (LEAL, 2006, p.190).

A amplitude das mudanças geradas por esses microgrupos de poder podem alcançar proporções não imaginadas, tudo depende das formas de ação coletiva e da organização das campanhas a que estão propostos. Como exemplo, Giddens (2005) revela os movimentos pelos direitos civis e os movimentos feministas da década de sessenta, ou atualmente, a luta pelos direitos dos homossexuais e a corrida pelo meio ambiente que caracterizou uma mobilização ecológica de grande impacto social, entre tantos outros.

Optamos por denominar esse conjunto de ações provindas da sociedade como subpolítica, conceito elaborado por Beck (1997), que justifica o esvaziamento das instituições e o renascimento não institucional do político, sugerindo o deslocamento da tomada de decisão dos agentes formais (parlamentares, partidos políticos, sindicatos) para a subpolitização. O autor ressalta que o advento da globalização impulsionou a formação de novos movimentos sociais que se caracterizam como “membros da sociedade produtores de informação que expressam seus interesses em público” (BECK, 1997, p.89), os quais incluem uma variedade de questões locais rompendo barreiras e incidindo globalmente.

Nesse sentido, inferimos que a ação descentralizada dos microgrupos mediante o uso das novas tecnologias de informação e de comu-

nicação e o seu potencial de transformação política pode ser designada pela abordagem foucaultiana que chama atenção para a relação entre poder e saber. Segundo Deleuze (1986), essa abordagem implica dizer que o poder incita, suscita e produz, constituindo um campo de forças, onde o poder é distribuído em pontos capazes de afetar, função da força, ou de serem afetados, matéria da força.

Esse campo é formado por um diagrama que mistura função e matéria não- formalizadas, devido ao fato de as forças agirem uma sobre as outras, pontuando uma a outra sem adquirir forma, o que consiste na sua fluência e difusão por todos os pontos da escala hierárquica de dominação. De acordo com Foucault, “as relações de poder não emanam de um ponto central ou de um foco único de soberania, mas vão a cada instante de um ponto a outro no interior de um campo de forças, marcando inflexões, retrocessos, retornos, giros, mudanças de direção, resistências” (1991, p.81).

Nesse aspecto, o poder adquire caráter microfísico, manifestando-se por todo grupo que compõe o conjunto da relação de forças, no qual os interesses se integram e percebe-se a força por si mesma quanto uma relação, pois nunca está sozinha, ela se institui força por estar em relação com outras forças.

A instabilidade das relações de poder constitui uma estratégia, invisível e não enunciável, a qual apenas se torna visível mediante as instituições que as integram, aplicando o saber formalizado e enunciável ao diagrama não estratificado das relações de força. Segundo Deleuze (1986), há uma espécie de pacto entre os indivíduos que compõem os grupos sociais, ou seja, aqueles que possuem domínio sobre alguma prática ligada a uma instância do saber exercem algum tipo de poder.

As instituições, como por exemplo, o estado, a família, o mercado e a arte tornam-se agentes de estratificação, as quais integram essas relações. Essas instituições supõem o poder, não é sua fonte, elas possuem a capacidade de integrar as relações de poder e remanejá-las a partir do saber que disponibilizam, englobando “as substâncias formadas que se distinguem pela visibilidade, e as funções formalizadas, finalizadas, se distinguem pelo enunciado” (DELEUZE, 1986, p.85). As relações de saber e de poder se complementam, as relações de poder implicam as relações de saber e estas supõem aquelas.

Presumimos assim, que a atuação dos movimentos sociais, no que refere aos seus métodos e articulações, por meio dos dispositivos midiáticos como a internet, categoriza uma nova modalidade política,

porque exercem o poder por meio de seus interesses materializados através do enunciado que dá forma à informação que se propõem a postar em circulação. Essa informação, compreendida como um saber novo e sua estreita relação com o poder, observada por Foucault (1991), justifica o caráter descentralizado com que este se institui na sociedade contemporânea permeada por uma esfera pública, cujo conflito argumentativo é marcado pela diversidade dos microgrupos que nela atuam.

O caráter microfísico do poder consiste na capacidade dos microgrupos em movimentar a opinião pública, à medida que adquirem a possibilidade de valerem-se da instância de produção da informação por meio das tecnologias dos dispositivos midiáticos mais flexíveis. Verificamos isso no contrato midiático proposto por Charaudeau (2006), que constitui tanto um processo de transformação, quanto um processo de transação, o que coloca os novos movimentos numa posição de interpeção de determinadas questões para a sociedade, já que por meio das novas mídias a “produção” e a “recepção” do acontecimento midiático são interpelados, não sendo possível determinar de onde parte o “acontecimento bruto.”

A atuação das subpolíticas no campo midiático consiste na busca pelo reconhecimento, na necessidade de ter voz e participação no arranjo da sociedade, “significa moldar a sociedade de baixo para cima” (BECK, 1997, p.35). Mediante a busca por reconhecimento, os microgrupos de poder estabelecem um esforço estratégico de políticas de visibilidade para assegurar sua participação na agenda pública. Trata-se de uma tematização não originária dos espaços formais de deliberação, mas que repercute e integra a política como um todo, através do campo midiático que a torna visíveis e ressonantes ao governo.

As subpolíticas, enquanto relações de poder conferem função e matéria da força, capacidade de afetar e ser afetado, constituindo parte da teia social pontuada por micropoderes que se movimentam e se integram quando seus interesses fazem incursões pelo discurso midiático, influenciando na opinião pública e, conseqüentemente, pressionando o governo.

A pluralidade, o descentralismo e a autonomia advindos dos que estão além da margem das vias ideológicas e partidárias, embora algumas vezes coligadas a elas, identificam um novo tipo de democracia diferente do modelo representativo³, que é a democracia deliberativa. Isso ocorre pela ação direta dos cidadãos que amplia os espaços deliberativos na esfera pública, redesenhando os traços e impressionando ao

expressar o tecido complexo que reveste as relações de poder na sociedade contemporânea. No entanto, concluímos que essa múltipla dimensão da ação política depende de um entendimento da relação do campo midiático com a sociedade, das condições de visibilidade e operação das mídias que irão garantir a circulação argumentativa e a força deliberativa que irá constituir a esfera pública.

Dessa forma, entendemos a comunicação como essencial para as configurações sociais contemporâneas. Além disso, observamos que esta carga de forma explícita ou não os interesses e intenções que cobrem as verdadeiras relações de poder que dão base à sociedade. Observar os aspectos externos ou internos com que as subpolíticas definem o seu contrato midiático, garantindo visibilidade no espaço público, revela além de uma estruturada interface que constrói a cena política entre sociedade, mídia e governo, uma tendência das ações desses microgrupos para obterem voz ativa nesse cenário.

Informação é poder, comunicação é contra poder

O novo contexto tende a possibilitar às subpolíticas exercerem influência na construção da cena política porque estas fazem incursões discursivas por meio do campo midiático, ou seja, passam a produzir informação. Charaudeau (2006), a esse respeito, afirma que a informação implica na construção de um saber novo transmitido a outro que não o possui. Complementando, em acordo com Foucault (1991), verificamos a relação entre o saber e o exercício de poder, podendo-se inferir que a flexibilidade das novas tecnologias de informação e de comunicação amplia as alternativas dos lugares de produção discursiva por meio de mídias mais flexíveis. A flexibilidade das novas tecnologias resulta na descentralização do poder ao permitir que os microgrupos de poder coloquem em circulação, na esfera pública midiaticizada, a sua própria significação dos acontecimentos do mundo, propondo um debate além das vias institucionais da política e da grande mídia.

Começa-se então por considerar, segundo Charaudeau (2006), que a pura e simples concepção de informação quanto à construção de um saber condiciona uma visão ingênua que não leva em conta as estratégias discursivas da instância de produção, os efeitos de sentidos, visados e produzidos, bem como do dispositivo que se inscreve. O ato

comunicacional não é um mero processo de transmissão que envolve apenas a troca de um saber formulado por meio da linguagem de acordo com seu sistema interno de signos. Estes sistemas são articulados não apenas por códigos que designam seu uso, mas sim, de um ato de comunicação específico que resulta em significados produzidos a partir de uma relação de co-intencionalidade.

Sendo assim, afirma Charaudeau, “a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação” (2006, p.34). Neste sentido, o discurso vai além das regras de uso da linguagem e resulta da combinação entre as condições intra-discursivas (a maneira pela qual se fala), e das condições extra-discursivas (a circunstância em que se fala). O autor ressalta que “no âmbito da informação isso equivale a se interrogar sobre a mecânica de construção do sentido, sobre a natureza do saber que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor” (CHARAUDEAU, 2006, p. 40). O autor designa o duplo processo de transformação e transação do processo de construção de sentidos. O primeiro referindo-se ao mundo significado, o acontecimento descrito através da identificação e qualificação dos fatos, narrados e justificados. O segundo, que significa colocar em relação à informação, este regula o primeiro a partir do levantamento de hipóteses sobre a identidade e interesse do lugar de recepção e os efeitos visados.

Sobre a natureza do saber, Charaudeau (2006) afirma que a mesma não existe. A construção do saber é um complexo de escolhas discursivas que se orientam de acordo com o olhar do homem a respeito do mundo. Assim, o homem compartilha com o seu interlocutor saberes de conhecimento, crença e representações, que designam um olhar categórico e descritivo, subjetivo e representativo, respectivamente. Esses saberes de conhecimento e de crença ocorrem no interior das representações que, de acordo com o autor, são “uma espécie de meta discurso revelador e seu posicionamento”, manifestações que “apontam para um desejo social, produzem normas e revelam sistemas de valores” (CHARAUDEAU, 2006, p.46).

Enfim, sobre os efeitos de verdade, aplica-se a mesma lógica que a da natureza do saber, ou seja, eles surgem do olhar do sujeito sobre o mundo, um julgamento epistêmico. Diferente do valor de verdade que se baseia na evidência, o efeito de verdade se baseia na convicção. Permeia-se pela busca da credibilidade, de fazer os outros aderirem ao seu julgamento através desses efeitos de verdade, como a intencionalidade do ato de informar, se a informação foi solicitada ou não, da notoriedade

ou engajamento de quem informa e da autenticidade, verossimilhança e explicação que fornecem a prova dos fatos.

Segundo Charaudeau (2006), as mídias como a televisão, o jornal e o rádio elaboram o seu discurso e o colocam em circulação segundo as suas lógicas econômica, tecnológica e simbólica, que têm de atender ao mesmo tempo a demanda social por informação. Portanto, jogam com a sua “influência” a partir da articulação dos efeitos de “verdade” que atribuem a uma parte da visão de mundo o valor de quase totalidade pelo poder de visibilidade dos meios de comunicação massivos. Diferentemente, a internet por sua flexibilidade e seu caráter intertextual produzida segundo o modelo “todos – todos” de Lévy (1993) implica num dispositivo de encenação ao qual a subpolítica pode inscrever a sua intencionalidade. Nesse sentido, observa-se o quanto é importante para os microgrupos valerem-se das novas tecnologias de informação e comunicação para legitimar suas causas e interesses na sociedade globalizada.

A informação é poder. A comunicação é contra poder. E a capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com relação aos poderes estabelecidos [...]. O que quer dizer que a reapropriação por parte da sociedade do fruto de sua criatividade conta agora com meios poderosos: internet, redes globais de comunicação, acesso a informação em código aberto, processos de cooperação múltipla, comunicação móvel, multimodal e ubíqua (CASTELLS, 2006, p. 231).

Dessa forma, entende-se o papel significativo das novas tecnologias de informação e de comunicação para: (a) uma contribuição mais democrática por lugares de produção discursiva; (b) uma ampliação das possibilidades de diversificar os atores políticos e, (c) principalmente, para uma projeção de uma esfera pública que se propõe mais acessível, fortalecendo os movimentos sociais para que os mesmos consigam projetar seus interesses e representações em escala global. Mesmo que informar-se signifique deter um saber que alguém não possua (poder), a informação como discurso elaborado e colocado em situação de comunicação implica em dissipar esse saber, logo descentralizar o poder.

Greenpeace como produtor social da mobilização social

A ampliação do fluxo de informação proporcionada pela comunicação digital influenciou não somente a relação crítico-argumentativo da sociedade civil como a política formal e o campo das mídias. A comunicação nos movimentos sociais democratiza os papéis de emissores e receptores, eles não são rigidamente classificados, pois têm liberdade para produzir e consumir as informações. Eles dinamizam o processo de circulação de informações, no momento em que permitem que haja uma amplificação dos valores simbólicos discursivos e fazem, com isso, emergir a cidadania também buscada pelos processos de mobilização.

Segundo Sherer-Warren (*apud* HENRIQUES, 2004) existe três tipos de movimentos sociais: 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. Para Henriques 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) (2004, p. 64).

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

Essa organização atua em 43 países com o intuito de conscientizar as pessoas e as empresas a mudarem suas atitudes a fim de promover a responsabilidade ambiental. O Greenpeace foi criado por 12 pessoas, em 15 de setembro de 1971, em Vancouver, no Canadá. Especificamente no Brasil, a organização atua desde 26 de abril de 1990, sendo que seus

escopos de trabalho no país são: Amazônia, Clima e Energia Renovável, Nuclear, Oceanos e Transgênicos.

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

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

Para atingir seu público e desenvolver ações que vão ao encontro do seu imaginário, hoje, o Greenpeace faz da internet um de seus principais meios de divulgação, embora já tenha se posicionado contra esta tecnologia. 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 de cada lugar. O site do Greenpeace⁴ oferece diversas ferramentas que podem ser utilizadas pelos usuários a fim de acompanhar as notícias divulgadas, bem como suas campanhas. Entre elas estão o *Orkut*, o *Twitter*, o *Facebook*, o *Flickr*, o *YouTube*, o seu *blog* entre outros.

Todas estas ferramentas têm como objetivo divulgar as ações desenvolvidas pela organização, bem como mobilizar a participação de pessoas pela luta a favor da preservação do meio ambiente. Assim como afirma Toro e Werneck (2004), os processos de mobilização social devem informar seus públicos para que os mesmos desenvolvam o sentimento

de co-responsabilidade. Ao mesmo tempo, a comunicação deve possuir discursos sensíveis ao convocar os indivíduos para participar das ações. Além disso, todos os escopos de trabalho do Greenpeace possuem objetivos bastante claros, o que segundo Toro e Werneck (2004) ajudam na participação das pessoas, ao deixá-las seguras a respeito dos resultados que suas ações terão futuramente.

O processo de mobilização do Greenpeace ocorre no ciberespaço, lugar que ele se apropria para falar aos seus públicos. Assim, ele convoca as pessoas para participar do movimento de alguma forma, seja como voluntário, colaborador ou ciberativista. O ciberativista é convidado a participar pelo seguinte discurso da instituição: “Proteste nas ‘ruas’ da internet”⁵. Dessa maneira, o usuário pode, segundo a organização, fazer toda a diferença no desenvolvimento das ações que protegem o planeta, tomando as seguintes atitudes: assinar as petições on-line; encaminhar os e-mails da instituição aos amigos; seguir o Greenpeace nas redes sociais; publicar suas notícias, vídeos, ou petições em blogs, sites e redes sociais; comentar as notícias; iniciar debates e fóruns sobre as campanhas do Greenpeace, incentivando a troca de conhecimento; tornar-se um colaborador.

Já o colaborador da organização ajuda com apoio financeiro, uma vez que o Greenpeace não aceita doações de empresas, governos ou mesmo de partidos políticos. Além disso, ele também participa das ciberações e das campanhas realizadas. O voluntário é aquele que vai às ruas e participa das campanhas que se traduzem no ambiente físico, que se materializa, como diz Barbero *apud* Moraes (2001). Suas ações visam atos não violentos e criativos a fim de chamar a atenção das pessoas e organizações para os impactos gerados ao meio ambiente.

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

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

O Greenpeace não pode fugir da interação homem-máquina, que caracteriza a interação reativa, pois se apodera das redes para formar seu discurso. Da mesma forma, ele também não deixa de manter uma interação mútua com seus públicos. Isso se pode ser notado quando há a materialização das ciberações que podem ser desenvolvidas pelos ativistas. No site do Greenpeace, normalmente, há listas de discussões, petições, entre outros, que ao serem assinadas pelos seus públicos, principalmente pelos ciberativistas, são transpostas para o ambiente físico e organizadas para o propósito para o qual foram formuladas⁶.

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

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

Apesar da hegemônica ideologia dos meios tradicionais, segundo acredita Downing (2002), eles são importantes pelo seu alcance e pela tradição, assim os meios alternativos quando se unem àqueles e se

tornam complementares, pois enquanto um oferece penetrabilidade, o outro dá liberdade de expressão àqueles sujeitos que tem seus discursos distorcidos pela grande mídia. Nas palavras de Peruzzo (1998, p. 157), a comunicação nesses processos busca “proteger-se do mercantilismo da mídia”. Mas Moraes entende que há uma “relação de confluência, de acréscimo e de sinergia entre o concreto e o virtual, resultante, de um lado, da progressiva hibridação tecnológica e, de outro, do somatório de possibilidades que nenhuma das partes, isoladamente, alcançaria” (2001, p. 145 e 146). Assim, pode-se dizer que os suportes se complementam a fim de que haja um legítimo processo de mobilização social que efetivamente consiga alcançar seu devir futuro.

Considerações finais

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

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

Além da liberdade dos embates entre os usuários, a internet é utilizada pelos movimentos sociais por algumas características benéfi-

cas que oferece a eles: “barateamento dos custos; abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia; autonomia para detonar campanhas”, conforme explicita Moraes (2001, p. 129). Desse modo, a internet se oferece à mobilização social como um importante processo que promove a democracia, bem como a cidadania por meio da convocação de vontades para desenvolver ações originadas de objetivos definidos e que vão ao encontro do imaginário de transformação idealizado pelo movimento.

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

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

Referências

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASCH, S. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: UNESP, 1997.

CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, D. (orgs.) *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

COSTA, Sergio. Teoria crítica, democracia e esfera pública, concepções e usos na América Latina. In: MAIA, Rousiley, CASTRO, Maria, C. P. S (orgs.) *Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: BRASILIENSE, 1986.

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

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

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. 11ª ed. Rio de Janeiro: GRAAL, 1991.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

_____. *Sociologia*. 6ª ed. Porto Alegre: ARTMED, 2005.

LEAL, Bruno Souza. *A comunidade como projeto identitário*. In: MAIA, Rousiley, CASTRO, Maria, C. P. S (orgs.) *Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

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

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

MAIA, Rousiley. *Mídia e vida pública: modos de abordagem*. In: MAIA, Rousiley, CASTRO, Maria, C. P. S (orgs.) *Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

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

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

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

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

VIZER, Eduardo Andrés. Mediatización y (trans)subjetividad en la Cultura Tecnológica, La doble faz de la sociedad mediatizada. In: *Encontro da rede Prosul*. São Leopoldo – RS, 2007.

Notas

[1] A democracia deliberativa significa “um processo aberto de discussão e reflexão no momento em que dois ou mais agentes expressam e consideram pontos de vista e avaliam as razões envolvidas em uma dada questão” (MAIA 2006, p.153).

[2] Referem-se às representações regulares de políticas, decisões e assuntos de Estado por parte dos servidores que compõem um mecanismo político.

[3] Sistemas políticos nos quais as decisões que afetam a comunidade não são tomadas pelo conjunto de seus membros, mas pelas pessoas que eles elegeram para essa finalidade (GIDDENS, 2005, p.344).

[4] Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil>

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

[6] Exemplo retirado do site da organização para evidenciar a efetividade das ciberacções e suas conseqüentes e interdependentes relações entre os atores envolvidos: Em 2006, o Greenpeace publicou o relatório “Comendo a Amazônia”, detalhando como a demanda mundial por soja produzida na região alimenta a destruição da floresta. A rede McDonald’s foi a primeira a responder à denúncia, eliminando a soja amazônica de sua cadeia de suprimentos. No mesmo ano, a campanha obteve uma conquista importante, a criação de uma moratória de dois anos na compra de soja proveniente de novos desmatamentos na Amazônia. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/brasil>

*** Maria Ivete Trevisan Fossá**

Doutora em Administração (UFRGS) e professora dos Programas de Pós-Graduação de Comunicação e de Administração da UFSM;

E-mail: fossa@terra.com.br

**** Rafaela Caetano Pinto**

Mestranda em Comunicação (UFSM)

E-mail: rafarpufsm@yahoo.com.br