



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

EMILENE DE OLIVEIRA CAMPOS

ATIVISMO NA REDE: INFORMAÇÃO, ORGANIZAÇÃO E ESPETÁCULO

Rio de Janeiro

2006

EMILENE DE OLIVEIRA CAMPOS

ATIVISMO NA REDE: INFORMAÇÃO, ORGANIZAÇÃO E ESPETÁCULO

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientadora: Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira.

Rio de Janeiro

2006

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ /REDE SIRIUS / CEH/A

C198 Campos, Emilene de Oliveira.
Ativismo na rede: informação, organização e espetáculo /
Emilene de Oliveira Campos - 2006.
105 f.

Orientadora: Denise da Costa Oliveira Siqueira.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de
Janeiro, Faculdade de Comunicação Social.

1. Cibercultura – Teses. 2. Comunicação de massa e
tecnologia – Teses. 3. Comunicação – aspectos políticos -
Teses I. Siqueira, Denise da Costa Oliveira. II. Universidade
do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação
Social. III. Título.

CDU 007

EMILENE DE OLIVEIRA CAMPOS

ATIVISMO NA REDE: INFORMAÇÃO, ORGANIZAÇÃO E ESPETÁCULO

Dissertação apresentada como requisito a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Banca Examinadora:

Denise da Costa Oliveira Siqueira (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Fernando do Nascimento Gonçalves
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Adilson Vaz Cabral Filho
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro
2006

A minha mãe (*in memoriam*) e a meu pai, por
todas as oportunidades que me
proporcionaram.

Aos professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ, em especial à minha orientadora (e grande incentivadora), Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira, pela confiança em meu trabalho.

“Cada luta se desenvolve em torno de um foco particular de poder (...). E se designar os focos, denunciá-los, falar deles publicamente é uma luta. (...) Falar a esse respeito – forçar a rede de informação institucional, nomear, dizer quem fez, o que fez, designar o alvo – é uma primeira inversão de poder, é um primeiro passo para outras lutas contra o poder”.

Michel Foucault

(1979, p.75-76)

RESUMO

CAMPOS, Emilene de Oliveira. *Ativismo na rede: informação, organização e espetáculo*. 2006. 105f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

Esta dissertação tem como tema a relação entre o potencial de comunicação da Internet e seu uso pela sociedade civil organizada. A proposta emerge das discussões acerca do paradigma da comunicação em rede, instaurado a partir da década de 90, que contempla posições tão díspares, como a visão dos entusiastas das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) que a compreendem como um meio revolucionário e democrático; e a perspectiva de outros teóricos, para os quais a rede é apenas mais um meio de comunicação que replica a ideologia do sistema econômico vigente. Para estudar um aspecto da relação entre Internet e sociedade organizada, foi escolhido como objeto de estudo a organização não-governamental Greenpeace, entidade civil criada no Canadá, em 1971, que conta com escritórios no Brasil desde 1992. Com esse recorte busca-se atingir o objetivo geral deste trabalho que é investigar como se dá o ativismo do Greenpeace através da rede, especificamente por meio do *site* do Greenpeace Brasil (www.greenpeace.org.br).

Palavras-chave: Comunicação na rede. Internet. Ciberativismo. Greenpeace.

ABSTRACT

The topic of this dissertation is the relation between the Internet's potential of communication and its use by the organized civil society. The purpose originated from some discussions about paradigm of the communication at net, emerged in the 90's and which include significantly different points of view, like the enthusiastic theoretics of Information and Communication Technologies' which understand the Internet like the revolutionary and democratic medium; and others which see the Internet like the medium that also reinforce the present economic system ideology's. In order to study an aspect of the relationship between the Internet and the civil society, it was selected the non governmental organization Greenpeace, founded at Canada, in 1971, which hold offices in Brazil since 1992. The general purpose of this dissertation is to investigate like is o activism of Greenpeace by the Internet, specially by the website Brazil Greenpeace (www.greenpeace.org.br).

Keywords: Communication at net. Internet. Cyberactivism. Greenpeace.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 UMA OUTRA COMUNICAÇÃO É POSSÍVEL?	17
2.1 O paradigma da comunicação de massa e suas questões	19
2.2 Comunicação em rede: o paradigma da salvação?	23
2.3 Os limites da comunicação em rede	30
3 SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA: DAS RUAS AO CIBERESPAÇO	34
3.1 Sociedade civil organizada: conceitos e formas de expressão	34
3.2 Sociedade organizada nos séculos XX e XXI	37
3.3 A sociedade organizada, o ativismo na rede e as causas defendidas	43
3.4 Possibilidade de ativismo na rede: mídia tática, <i>copyleft</i> e avatar político... ..	48
4 GREENPEACE: ORGANIZAÇÃO E ESPETÁCULO	53
4.1 Greenpeace: versão oficial	53
4.2 A atuação do Greenpeace no contexto dos novos movimentos sociais	57
4.3 O Greenpeace e os demais movimentos ambientalistas	60
4.4 Greenpeace e ato espetacularizado	62
4.5 Mídia e movimento ambientalista: jogando com as armas do sistema	67
5 A ESTRATÉGIA DO GREENPEACE NA REDE: ESTUDO DE CASO	69
5.1 Estrutura do site e sua relação com o site do Greenpeace Internacional	70
5.2 Discurso (explícito e implícito) usado na divulgação da causa ambientalista	77
5.3 Recursos da comunicação em rede usados para deflagrar ações	86
5.4 Modalidades de ciberativismo presentes no site do Greenpeace Brasil	91
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
8 ANEXOS	105

1 INTRODUÇÃO

A comunicação através da Internet, acelerada a partir dos anos 90 com a propagação dos computadores pessoais e do acesso comercial à rede, vem provocando mudanças na forma de interagir em sociedade, gerando novos hábitos na economia, no acesso à informação e ao entretenimento, na educação e até no exercício da cidadania. São exemplos dessas mudanças os serviços *on-line* oferecidos pelas instituições bancárias por meio de seus *sites* que, se por um lado, garantem economia de tempo para o cliente (ele não precisa mais ir à agência para fazer uma simples transferência ou pagar a fatura do cartão de crédito); por outro, constitui-se em mais uma possibilidade de fraude e roubo, suscetível à atuação de quadrilhas especializadas em crimes virtuais.

Enquanto algumas pessoas procuram na rede formas de facilitar seu dia-a-dia, outros buscam entretenimento. E não são poucas as alternativas para diversão e relaxamento através da rede. Salas de bate-papo, canais para troca de arquivos de música e vídeos, jogos *on-line*, charges animadas e a atual mania dos brasileiros - *sites* de relacionamento, como o Orkut (www.orkut.com), são algumas delas. Cada vez mais, as pessoas dedicam parte do seu dia, ou pelo menos algumas horas de seu final de semana, se distraíndo por meio da Internet e buscando informações, seja para saber a previsão de tempo, ou para auxiliar o filho na elaboração de um trabalho escolar.

A estrutura da rede também tem viabilizado projetos de educação à distância. A Fundação Getúlio Vargas (FGV) é um exemplo de adesão a esta prática. Alguns cursos de pós-graduação da instituição são oferecidos através de seu endereço www.fgv.br. Nesses cursos *on-line*, são utilizados vários aparatos tecnológicos, como área de *download* de arquivos, para os professores disponibilizarem o conteúdo à turma; listas de discussão e

interfaces de salas de bate-papo, com horários previamente marcados, para debate dos temas propostos nas aulas; endereços de *e-mail*, para o professor esclarecer dúvidas de cada um dos alunos. Tais mecanismos poderiam ser usados para os mais diversos fins, mas nos últimos anos eles têm sido incorporados por instituições de ensino e adaptados a uma finalidade didática. Este é somente um dos vários projetos de uso educacional da rede que podem ser encontrados na *web*. Revistas eletrônicas de programas de pós-graduação que disseminam artigos científicos, enciclopédias e dicionários virtuais também exemplificam essa prática.

Todavia, as esferas de consumo contribuem apenas com parte do fluxo de informação na rede. Atores da sociedade civil organizada, como as organizações não-governamentais resultantes de movimentos sociais, também têm lançado mão de recursos da Internet para se comunicar com seus integrantes e divulgar suas ações para a população. Um exemplo brasileiro é o do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, que se faz presente na rede através do endereço www.mst.org.br. Seus integrantes utilizam a rede para deflagrar ações concretas no campo e nas cidades. Assim como os ativistas do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, representantes de outras ONGs já atentaram para esse potencial da rede e o tem empregado como ferramenta de mobilização para suas causas.

O panorama apresentado até então é apenas uma pequena amostra de como a Internet vem sendo incorporada por diversos setores da sociedade e como podem ser distintas suas formas de uso. Esse processo tem gerado muitas especulações e argumentos para a pesquisa acadêmica, tais como comparações entre os recursos da Internet e os meios de comunicação de massa. Alguns estudiosos do tema, como Dênis de Moraes vislumbram, na comunicação via Internet, vantagens em relação aos meios de massa. As possíveis

vantagens, segundo ele, estariam, por exemplo, no baixo custo da publicação do conteúdo; na abrangência (considerada) ilimitada; na velocidade de transmissão; na ruptura com as diretrizes ideológicas e mercadológicas da mídia; e na autonomia para deflagrar campanhas de denúncia, de pressão, de conscientização ou de arrecadação de fundos (MORAES, 2001, p. 129).

O complexo ambiente da rede, assim como abre espaço para novas possibilidades de comunicação, também se torna campo fértil para especulações acerca de seu papel revolucionário. É nesse cenário que surge o tema desta dissertação: investigar a relação entre o potencial da comunicação da Internet e seu uso pela sociedade civil organizada.

Tema que se justifica por sua relevância dentro da pesquisa em comunicação, diante do paradigma da comunicação em rede, instaurado a partir da década de 90, e que abrange posições tão díspares, como a visão dos entusiastas das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) que a compreendem como um meio revolucionário e democrático; e a perspectiva dos teóricos pessimistas, para os quais a rede é apenas mais um meio de comunicação que replica a ideologia do sistema econômico onde está inserido. A questão é, portanto, coerente com a linha de pesquisa Novas Tecnologias e Cultura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ.

Mas não é apenas a relevância e a atualidade da questão que estimularam a autora da dissertação a optar por esse estudo. O interesse pelo tema é também resultado de seu amadurecimento acadêmico, nas questões sobre a relação entre comunicação, sociedade e novas tecnologias, especificamente a Internet. Seu contato com os estudos da área de Novas Tecnologias de Comunicação deu-se a partir de 1996, quando ingressou no Programa Especial de Treinamento (PET-CAPEs) da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Ao longo de sua graduação, foram desenvolvidos

vários trabalhos nesta área e a monografia de conclusão do curso de Comunicação Social, intitulada O fazer jornalístico na Internet, que envolveu a análise de três veículos (Folha de São Paulo impressa e *on-line* e o extinto Brasil *On-line* - primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa).

Esses estudos acadêmicos delinearão o perfil profissional da autora e viabilizaram sua atuação em portais de conteúdo de Juiz de Fora e de Ubá e em portais de *intranets* de empresas. Portanto, estudar o tema em questão significa também a continuidade de um trabalho iniciado há dez anos e que agora direciona seu enfoque para o uso pragmático da rede.

Depois de definido o tema e identificada sua relevância, percebeu-se a necessidade de sua delimitação, algo inerente ao trabalho científico. Esse processo levou à escolha de um tipo específico de movimento social e de uma organização não-governamental que o representasse com propriedade. Optou-se então pelo movimento ambientalista, por ser uma manifestação da sociedade civil organizada de relevância global, que se fortalece a cada década, ao inserir no debate político e econômico a questão da preservação ambiental, através da atuação de entidades locais e internacionais. Tal opção contribuiu para a escolha da organização não-governamental Greenpeace, entidade civil criada no Canadá, em 1971, em meio a uma manifestação contra testes de energia nuclear.

Conhecido mundialmente, o Greenpeace contabiliza 2,8 milhões de filiados em 158 países e atua, por meio de seus escritórios locais, em 44 países, incluindo o Brasil. A relevância para o Greenpeace constituir-se em objeto de estudo não se limita, porém, à abrangência de sua atuação; relaciona-se também às características de seu ativismo, que inclui interação constante com os meios de comunicação de massa e a Internet, através de

suas ações espetaculares promovidas com a finalidade de chamar a atenção da opinião pública e das autoridades para as questões ambientais.

Inusitados e irreverentes, os atos promovidos pelo Greenpeace ganham as manchetes dos principais veículos de comunicação do país e repercutem na mídia mundial. São exemplos da estratégia do Greenpeace ações espetaculares, como a escalada da estátua do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, em março de 2006, que resultou na instalação de um *banner*, cuja mensagem destacava a questão da biodiversidade da Amazônia. Ou ainda, em Viena, na Áustria, o protesto contra a construção de fábricas de celulose, feito pela rainha do Carnaval da Argentina e ativista do Greenpeace, em maio de 2006. No momento em que fotógrafos de todo o mundo posicionavam-se para tirar a foto oficial dos líderes da América Latina, do Caribe e da União Européia, reunidos para discussão sobre cooperação em diversos níveis, a ativista vestida apenas de biquíni entrou na frente das câmeras, erguendo uma faixa que exibia o propósito daquele ato.

Essas e outras peculiaridades de seu ativismo fazem do Greenpeace um rico objeto de estudo para o campo da comunicação, por isso, cabe aqui explicar que o objetivo geral deste trabalho é investigar como se dá o ativismo do Greenpeace através da rede, especificamente por meio do *site* do Greenpeace Brasil (www.greenpeace.org.br).

Para investigar a questão proposta foi feita inicialmente uma pesquisa exploratória em CD-ROMs da Intercom e na Internet, em busca de artigos científicos de pesquisadores brasileiros e estrangeiros que se dedicavam a estudar o uso da Internet pela sociedade civil organizada. O objetivo nessa fase era ter acesso aos conceitos articulados em tais publicações, assim como a outras referências “*web*gráficas” e bibliográficas. A leitura desse material permitiu o contato inicial com os conceitos de ciberativismo, de mídia tática como

alternativa aos meios de massa, de *copyleft versus copyright*, o que possibilitou a construção do marco teórico desta dissertação.

Com base nessa experiência foi montado um sumário preliminar que serviu de roteiro ao aprofundamento da pesquisa da dissertação. Ele era composto pelos capítulos: Comunicação em rede e poder; O uso da Internet pela sociedade organizada, e Estudo de caso: o midiático Greenpeace. O contato periódico com o objeto de estudo e o aprofundamento teórico, através das leituras de livros e artigos, evidenciaram a necessidade de importantes mudanças, que resultaram em uma nova estrutura da dissertação, representada aqui pelos capítulos teóricos Uma outra comunicação é possível?; Sociedade civil organizada – das ruas ao ciberespaço; Greenpeace: organização e espetáculo; e do capítulo analítico: A estratégia do Greenpeace na rede: estudo de caso.

Mudança significativa sofreu o primeiro capítulo, quando se percebeu a necessidade de ampliar a contextualização do objeto de estudo no âmbito da comunicação, que a princípio estava restrito ao paradigma da comunicação em rede. Além de haver indícios nos *sites* do Greenpeace de que havia uma relação entre as ações espetaculares noticiadas nos meios de massa e o que era veiculado na rede, alguns atores da sociedade organizada pesquisados estavam usando a Internet como um veículo alternativo aos meios tradicionais. Era imprescindível esclarecer o porquê da necessidade de um veículo alternativo. Assim, foi construído o primeiro capítulo, que passou a intitular-se Uma outra comunicação é possível?. Nele encontra-se uma revisão bibliográfica que apresenta a formação do sistema de mídia na sociedade e as questões intrínsecas à comunicação de massa, descreve o aparecimento da comunicação em rede e as especulações teóricas sobre o potencial revolucionário da Internet.

O segundo capítulo também sofreu importantes alterações. Nele, procurou-se aprofundar, através de pesquisa bibliográfica, o conhecimento do conceito de sociedade civil organizada, sua evolução ao longo da história, suas formas de representação por meio dos movimentos sociais e das organizações não-governamentais e modalidades de atuação, no passado e na atualidade; além de apresentar algumas particularidades do ativismo do movimento ambientalista.

Enfatiza-se, neste capítulo, o uso da Internet pela sociedade organizada, os conceitos a ele atrelados, as formas de ativismo identificadas pelos teóricos, além da apresentação de exemplos clássicos de ativismo por meio da rede, como a articulação dos Zapatistas, no México, e a mobilização para as manifestações do movimento antiglobalização, nos Estados Unidos. Essa trajetória permitiu a melhor compreensão do objeto de estudo que enriqueceu o conteúdo deste capítulo e dos posteriores: Greenpeace: organização e espetáculo e A estratégia do Greenpeace na rede: estudo de caso:

Em Greenpeace: organização e espetáculo, foi feita uma apresentação da instituição a qual pertence o objeto de estudo dessa dissertação, sua atuação no contexto dos novos movimentos sociais e dos demais movimentos ambientalistas, a prática do ato espetacularizado e a relação com a mídia, informações que forneceram mais subsídios para o capítulo de análise.

No capítulo analítico A estratégia do Greenpeace na rede: estudo de caso, as questões que motivaram a elaboração dessa dissertação são testadas a partir da análise do *site* Greenpeace Brasil e da articulação do conteúdo até então pesquisado.

2 UMA OUTRA COMUNICAÇÃO É POSSÍVEL?

“Os meios de comunicação parecem procurar mais o lucro, o prestígio, o poder e o domínio do que a construção de uma sociedade participativa, igualitária e solidária, onde as pessoas realizem plenamente o seu potencial humano. Um melhor conhecimento da comunicação pode contribuir para que muitas pessoas adotem uma posição mais crítica e exigente em relação ao que deveria ser a comunicação em sua sociedade” (BORDENAVE, 1982, p. 10).

Os processos de comunicação têm se desenvolvido e se diversificado a partir do aperfeiçoamento técnico dos meios de difusão. Exemplos disso são a criação da imprensa, após a invenção dos tipos móveis por Gutenberg, no século XV; o advento dos meios eletrônicos como o rádio e a TV, no século XX, que possibilitaram a veiculação, respectivamente, de sons e de imagens em movimento; e, mais recentemente, o estabelecimento da Internet que viabilizou a comunicação em rede.

A diversificação de tais processos reflete-se na maneira como as pessoas se comunicam, fazendo com que haja a veiculação de um grande número de mensagens, com maior rapidez e atingindo um público cada vez maior. Esse cenário tem contribuído também para reforçar um importante fenômeno da contemporaneidade – a globalização. Além de tornar mais dinâmica a troca de informações entre povos distantes, dos pontos de vista geográfico e cultural, os meios de comunicação são usados como instrumento para integração das economias de vários países, na formação de blocos comerciais que defendem interesses semelhantes, mas que igualmente estimulam a produção e consumo em diversos pontos do globo.

Nas redes globalizadas de produção e circulação simbólica se estabelecem as tendências e os estilos das artes, das linhas editoriais, da publicidade e da moda. Grande parte do que se produz e se vê nos países periféricos é projetada e decidida nas galerias de arte e nas cadeias de televisão, nas agências de

notícias dos Estados Unidos e da Europa. (CANCLINI, 1999, p.165)

Os meios de comunicação - convencionais e atuais - interagem uns com os outros e assim multiplicam as formas de acesso, as mensagens e a opção dos receptores. Nesse sentido, duas conseqüências positivas podem ser identificadas. A primeira delas é o aumento de número de fontes de informação, o que pode permitir o acesso a diferentes opiniões, dificultando, dessa forma, o controle e até mesmo a censura do conteúdo veiculado.

Outro ponto positivo é a velocidade com que as informações circulam. Uma notícia pode ser divulgada com rapidez ou até de forma instantânea para diferentes países. A cobertura do atentado às torres gêmeas do *World Trade Center*, nos Estados Unidos, exemplifica bem essa questão. As notícias sobre o atentado puderam ser acompanhadas, em tempo real, em portais e canais de TV paga; no dia seguinte, lidas nos jornais diários impressos, e no final de semana, em revistas de todo o mundo.

Sob outro ponto de vista, a diversificação dos processos de comunicação também pode culminar em efeitos negativos, como a saturação, que acontece quando a quantidade de informações é tão grande e sua difusão tão intensa que o público não consegue absorver tudo o que recebe.

Há incompatibilidade entre, de um lado, a massa de informações colhidas em meio a um número crescente de indivíduos e, de outro, o tempo e a inteligência disponíveis para analisá-las; ou simplesmente seu possível interesse. (DEBORD, 1997, p. 231)

Outro ponto negativo, estritamente relacionado à saturação, é a redundância dos dados, que ocorre, principalmente, quando os veículos escolhem “enquadramentos” semelhantes na cobertura de um fato. A cobertura jornalística das Comissões Parlamentares

de Inquérito (CPIs) feita pela imprensa brasileira, nos anos de 2005 e 2006, no caso do “mensalão”¹ demonstra a questão da saturação e da redundância. Declarações dos deputados, dos grupos de situação e de oposição, reportagens sobre os bastidores, enquetes, perfis, entrevistas e debates. O assunto foi esmiuçado de forma exaustiva por diversos tipos de mídia.

Também se torna uma conseqüência negativa a banalização dos fatos, provocada pelo acréscimo de elementos sensacionalistas, usados geralmente pelos meios de comunicação de massa (e suas versões *on-line*) com a finalidade de atrair a atenção e a preferência do público. Os fatos transformam-se em mercadorias consumíveis pelo que apresentam de inusitado, de espetacular e, em alguns, casos podem perder sua força enquanto informação.

2.1 O paradigma da comunicação de massa e suas questões

A experiência inicial da sociedade com os meios de comunicação de massa deu-se no início do século XIX. Houve uma proliferação de jornais para “pessoas comuns” e a invenção do telégrafo e do telefone. Esses meios representavam uma nova forma de comunicação que influenciava não apenas padrões de interação nas comunidades e sociedades como também as perspectivas psicológicas dos indivíduos (DEFLEUR,1993, p.

¹ “Mensalão” foi um termo criado pela mídia brasileira para nomear o caso decorrente da denúncia de que os deputados do Congresso Nacional estariam recebendo somas em dinheiro para votar a favor dos projetos de lei propostos pelo Governo Lula.

40). No entanto, o “paradigma² da comunicação de massa” teve sua consolidação, de fato, no século XX, com a invenção do rádio e da televisão.

Os meios de comunicação de massa (MCM) são hoje grandes empresas que visam ao lucro e vendem informações e entretenimento para o público em geral e espaço publicitário para os anunciantes. A forma como tais veículos foram constituídos e consolidados, ao longo dos anos (com a determinação de linhas editoriais e padrões de qualidade) não previa a participação efetiva do público. Por isso, quando há uma tentativa de interação, isso se dá de forma pré-estabelecida, já que são os profissionais da comunicação, seguindo as regras de suas empresas, que definem como o público poderá “interagir com o veículo”, que papel deve desempenhar, o que deve falar e quando. Nesse sentido, a mídia convencional tende a ser unidirecional, transmitindo signos pré-fabricados a receptores / consumidores e se pautando pelos índices de audiência.

A mídia comercial mede seus êxitos em termos dos lucros que realiza em dois sentidos: os que resultam da venda de produtos às audiências e os que resultam da venda de audiências aos anunciantes, o que nada tem a ver com o interesse público. (...) Nesse duplo jogo de busca de lucros o que prevalece é o faturamento dos anunciantes, a tal ponto que a publicidade se transformou no fator que determina as pautas de programação e os critérios de êxito do conjunto da mídia. (LEÓN, 2003, p. 406)

Essa orientação ao lucro acaba se refletindo no conteúdo disseminado pelos meios de comunicação de massa. Um dos setores da mídia que sofre essa má influência são os programas jornalísticos que acabam adotando linhas editoriais sensacionalistas, pautadas

² De acordo com o teórico Thomas S. Kuhn, no livro *A estrutura das revoluções científicas*, paradigma é um modelo que orienta o cientista na escolha das questões a serem estudadas em seu campo de pesquisa. “Paradigma é aquilo que os membros de uma comunidade partilham e, inversamente, uma comunidade científica consiste em homens que partilham de um paradigma”(KUHN, 1997, p. 221).

pelo o que autor do livro *Movimientos sociales em la red*, Osvaldo León, denominou de “fórmula vencedora dos 3s”: sexo, sensacionalismo e sangue.

Sob estes novos parâmetros, a busca da verdade, tão apregoada pela imprensa do Ocidente, vai se transformando em uma boa intenção que se dilui diante dos imperativos do mercado, em cujo horizonte não contam cidadãos e cidadãs, mas consumidores e consumidoras. (LEÓN, 2003, p. 407)

O sensacionalismo é apenas uma das várias formas de manipulação da linguagem da mídia. Isso indica que existem duas realidades bem diferentes: a realidade objetiva e a realidade construída pelo discurso da comunicação. Segundo Juan Bordenave (1982, p. 42), a linguagem tem uma clara função política. Historicamente, a manipulação da linguagem tem sido feita de muitas maneiras. Ele cita vários exemplos dessa prática, tais como o uso de eufemismos para abrandar o impacto de declarações; a omissão de informações; a censura; e até mesmo a inserção de novos significados para palavras do vocabulário de um povo. Um exemplo histórico de manipulação da linguagem ocorreu no período em que Hitler governou a Alemanha. O ditador alterou o significado de *intellect*, que até então denominava a capacidade criativa e passou a ser associado à subversão (BORDENAVE, 1982, p. 47).

Por contingências fisiológicas (as limitações de percepção dos cinco sentidos), psicológicas, econômicas e políticas, o conteúdo dos meios de comunicação de massa pode ser considerado parcial, em número de informações, em grau de precisão e em ênfase de detalhes. A realidade é “enquadrada” pela forma de entender de cada profissional de comunicação, pelas prioridades e pelos interesses da empresa de comunicação, que determina, através de suas linhas editoriais, que conteúdo transmitir e de que forma.

Aqueles que produzem o conteúdo veiculado pelos meios de comunicação de massa têm que conviver com a influência de tais contingências e a cada dia tentar se aproximar da defendida imparcialidade e objetividade jornalísticas.

Outro ponto inerente aos meios de comunicação convencionais é a possibilidade de controle da informação. Em qualquer regime político - autoritários ou democráticos - os governantes tentam exercer o controle sobre os meios de comunicação de massa, seja através da legislação (criando o sistema de concessões para canais de rádio e TV); da coerção (censura, punições ilegais e legais feitas por meio da Lei de Imprensa); e de pressões políticas, psicológicas e econômicas (com a criação de condições para renovação de funcionamento de canais de rádio e TV, ou por meio da cooptação de profissionais da mídia).

Embora para publicar na Internet não seja necessário ter concessão do Governo, (basta acessar a rede em casa ou em um cibercafé e criar um *weblog*), mas já existem algumas formas de controle em curso no âmbito da comunicação em rede. São exemplos disso os filtros que impedem o acesso a sites, como ao da Anistia Internacional, e a endereços associados à prática *hacker*; ou ainda a proibição que alguns provedores de acesso impõem a seus usuários de não hospedarem em seus servidores conteúdo relacionado a nazismo e pedofilia.

Essa tentativa de controle acontece porque os meios de comunicação - convencionais ou em rede - exercem um papel determinante na sociedade contemporânea: ser interlocutores entre as instituições e a opinião pública. O que é veiculado pela imprensa, pelo rádio, pela TV e pela Internet contribui para formar tendências na opinião pública e divulgar interpretações de fatos favoráveis ou desfavoráveis ao poder político vigente ou a

grupos de interesse (empresários, sindicatos e organizações não-governamentais) que atuam na sociedade.

Se a informação é suficientemente ampla (...), então os cidadãos podem decidir sobre as políticas que preferem. Mas se a informação é controlada, imprecisa ou inconsciente, então o debate pode ser manipulado e as alternativas se estreitam através da desinformação. (MAIA, 2002, p. 51)

Por isso, o sistema de mídia deve refletir a diversidade política e cultural da sociedade (MAIA, 2002, p. 50- 51), proporcionando um balanço justo e imparcial de vozes, de tal modo que todos os pontos de vista possam ser considerados e o cidadão tenha mais consciência de seu papel na sociedade.

2.2 Comunicação em rede: o paradigma da salvação?

O estudo sobre a comunicação na contemporaneidade abrange desde as questões colocadas pela comunicação de massa – representada pelos meios impressos, o cinema, o rádio e a TV – até as apresentadas nas últimas décadas pela Internet. Apesar de ela inaugurar um novo paradigma - o da comunicação em rede - e ser tratada de forma entusiástica por pesquisadores como Pierre Lévy, não se pode ignorar que a Internet é mais um meio de comunicação no grande sistema de mídia.

A pesquisadora Rousiley Maia, no artigo Redes cívicas e Internet – do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública, reconhece que a estrutura da Internet ajuda a promover esse tipo de discurso.

À primeira vista, as novas tecnologias de comunicação e informação parecem oferecer diversas vantagens sobre os meios de comunicação tradicionais, proporcionando um ideal para comunicação democrática. Isso porque os seus dispositivos interativos e multifuncionais oferecem novas possibilidades para a participação descentralizada (MAIA, 2002, p. 46).

Para Maia, a Internet compreende três fenômenos interligados que contribuem para isso. Segundo ela, a rede viabiliza um “ambiente de interconexão”, um “complexo de conteúdos” e “um sistema de interações”. Os “complexos de conteúdos” seriam a gama de informações disseminadas nessa extensa “teia”, através de computadores em rede por todo o mundo, sem centro e sem fronteiras nacionais. A *web* poderia garantir, assim, a pluralidade de vozes no discurso comunicativo, por ser um volumoso arquivo de informações de toda a natureza e sobre qualquer tipo de objeto, onde convivem as versões *on-line* dos meios convencionais (emissoras de rádio e de TV, revistas populares e especializadas) com publicações criadas pelos próprios usuários (MAIA, 2002, p. 46).

A Internet cria um ambiente de informações altamente denso, plural, de origem múltiplas, e não apenas do material proveniente de agências noticiosas ou de origem oficial, ultrapassando por completo a perspectiva unidirecional da mídia massiva, os monopólios e práticas de controle da informação. (MAIA, 2002, p. 46)

Já o “ambiente de interconexão” a que Rousiley Maia se refere é a possibilidade que a comunicação em rede oferece de: qualquer sujeito tornar-se emissor; do receptor tornar-se emissor e vice-versa; e do receptor tornar-se provedor de informações, produzindo e distribuindo ou simplesmente repassando informações elaboradas por outros. E o “ambiente de interação”, para ela, seria representado por recursos como *e-mails*, salas de bate-papo, listas de discussão, enfim, ferramentas que facilitariam o contato entre diferentes atores da

sociedade. São essas características, segundo ela, que serviriam de argumento ao discurso dos entusiastas das novas tecnologias da informação e comunicação. Mas ela adverte quanto ao excesso de otimismo em relação à Internet, já que o meio tecnológico não carregaria em si o poder das transformações sociais.

Entender, contudo, a participação apenas como uma questão de acesso físico individual à tecnologia é equivocado. O problema da participação traz à tona o complexo problema relacionado à formação discursiva da vontade, que diz respeito, também, a uma cultura política favorável ao desenvolvimento do potencial discursivo. (...) Há pouca evidência de que o acesso mais amplo às tecnologias irá, por si só, e sem mais, expandir o interesse pelas questões políticas, simplesmente porque uma parcela maior do público tem chances de participar. (MAIA, 2002, p. 52-53)

Pela particularidade de suas características, a comunicação mediada por computador (CMC) insere, de fato, novidades no sistema de mídia, mas não exclui o papel dos meios convencionais. Ao contrário, pode somar-se e promover a potencialização de ambos paradigmas. De acordo com Lúcia Santaella, no livro Cultura das mídias, quando uma nova tecnologia de comunicação surge no horizonte social, ela necessariamente produz um choque e conflitos em relação aos sistemas e processos já existentes. Isto porque um novo meio tende a levar os já estabelecidos a um reajustamento de seus papéis (SANTAELLA, 1992, p.14).

À medida que o novo meio vai se definindo na vida social, gera novos hábitos de percepção e de interação comunicativa, nas áreas do trabalho, lazer, entretenimento e associação. Santaella explica que cada veículo, devido à sua natureza, apresenta potenciais e limites que lhe são próprios, formando redes intercomplementares. Dessa forma, na rede das mídias cada meio de comunicação desempenharia um papel específico, potencializando a informação. Por essa perspectiva, um mesmo fato, por exemplo, poderia ser divulgado no

canal de últimas notícias de um jornal *on-line*, tornar-se destaque de telejornal noturno (agregando imagem em movimento e fala dos envolvidos), e no dia seguinte ser manchete e caderno especial do jornal impresso.

Por isso é que a conservação da cultura do livro é tão importante quanto o desenvolvimento da TV. É por isso que os novos idiomas, em vez de destruírem os antigos, lhes servem de estimulante (SANTAELLA, 1992, p.210).

As características da comunicação em rede – escrita hipertextual, convergência de mídias, tempo real, interatividade - estabelecida pela Internet, servem de argumento tanto para os teóricos que vêem na rede uma solução para os problemas da sociedade, como para aqueles que acreditam que esse meio não passa de um simulacro de democracia. Em uma abordagem “apocalíptica” situa-se o teórico Jean Baudrillard, um dos expoentes da Escola Sociológica Européia, cujos estudos tiveram início na década de 60. Ele questiona o discurso daqueles que crêem na rede como um espaço democrático – a metáfora da *ágora*³ *on-line* - em que todos podem manifestar suas opiniões e fazer suas escolhas livremente.

Há no *cyberespaço* a possibilidade de realmente descobrir alguma coisa? A Internet apenas simula um espaço de liberdade e de descoberta. Não oferece, em verdade, mais do que um espaço fragmentado, mas convencional, onde o operador interage com elementos conhecidos, *sites* estabelecidos, códigos instituídos (BAUDRILLARD, 1997, p. 148).

Em oposição, estão os entusiastas da tecnologia que vislumbram na Internet uma alternativa à lógica dos meios de comunicação de massa (MCM), ou seja, a possibilidade de

³ Na Grécia, *ágora* era o local, no cume de um monte, onde se reuniam os cidadãos para a prática do debate de idéias (HOHLFELDT, 2002, p.66).

estabelecer uma comunicação mais democrática, em que cada sujeito teria voz e vez, independente de seu papel na sociedade.

Segundo um dos representantes dessa linha teórica, o francês Pierre Lévy, o indivíduo - até então habituado a apenas consumir informação fabricada pelos MCM - passaria a ter a possibilidade de criar suas próprias associações no processo comunicativo. Isso estimularia o intercâmbio de informação espontâneo e não organizado nesse universo e levaria ao que Lévy chamou de inteligência coletiva:

A comunidade científica, a Igreja, a burocracia de Estado ou a Bolsa encarnam, cada uma, formas diferentes de inteligência coletiva, com seus modos de percepção, de coordenação, de aprendizagem e de memorização distintos. Presidindo aos tipos de interação entre indivíduos, as 'regras do jogo' social modelam a inteligência coletiva das comunidades humanas assim como as aptidões cognitivas das pessoas que nelas participam (LÉVY, 1996, p. 99).

A visão de Lévy é uma das perspectivas mais otimistas em relação à rede. Em muitos momentos o autor perde de vista a discussão sobre as estruturas de poder que existem na modalidade de comunicação em rede. Para ele, “a Internet propõe um espaço de comunicação inclusivo, transparente e universal, que dá margem à renovação profunda das condições da vida pública no sentido de uma liberdade e de uma responsabilidade maior dos cidadãos” (LÉVY, 2003, p.367). O teórico também ignora o fato de a Internet não estar acessível a grande parte da população, o que faz com que tais recursos permaneçam nas mãos das elites, ou seja, daqueles que, efetivamente, têm acesso a essa modalidade de comunicação. Em seu discurso entusiasta, a Internet constitui-se como um espaço público de discussão. “As novas ágoras *on-line* permitem que novos modos de informação e de deliberação política venham à luz, enquanto o voto eletrônico vem contemplar o quadro de uma sincronização da democracia com a sociedade da informação” (LÉVY, 2003, p.367).

Trata-se de um ponto de vista integrado que entende a rede como solução alternativa para os problemas existentes na sociedade.

De uma outra perspectiva conceitual, o cientista social espanhol Manuel Castells oferece sua contribuição à complexa discussão sobre a relação entre Internet e sociedade, por meio da triologia A era da informação: economia, sociedade e cultura. Nessa obra, o autor procura formular, através de pesquisas feitas nos Estados Unidos, Ásia, América Latina e Europa, uma teoria que discuta, a partir de dados e fatos, os efeitos da tecnologia da informação no mundo contemporâneo. Para Castells, a Internet é um instrumento que desenvolve, mas que não muda os comportamentos; ao contrário, os comportamentos apropriam-se da Internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são (CASTELLS: 2003, p. 273). Um exemplo desse fenômeno está acontecendo na economia dos países:

A primeira coisa que a Internet está fazendo na economia é transformar o modelo de empresa. O que foi o fordismo, a grande empresa industrial baseada na produção estandarizada e na linha de montagem, hoje a capacidade de funcionar em rede, de articular diretamente o mercado, os insumos, os provedores e a organização da empresa *on-line* em todas as tarefas (CASTELLS, 2003, p. 269-270).

De acordo com Castells, a Internet também possibilitou o desenvolvimento vertiginoso da transação financeira eletrônica, o desenvolvimento de mercados financeiros, mercados de bolsas como a Nasdaq - mercados eletrônicos, sem lugar físico no espaço.

Essa é uma evidência de que hoje o desenvolvimento da rede está, em grande parte, a serviço do Capital, apesar de a história oficial da rede remeter à pesquisa não-mercadológica que envolveu grupos movidos por ideais – militares, estudantes universitários e representantes de movimentos libertários (*hackers*) -, que talvez não

tivessem noção do potencial do que estavam criando. O investimento em infra-estrutura e tecnologia de acesso é impulsionado pelas grandes corporações, os organismos internacionais e os oligopólios da indústria da comunicação que têm interesse nessa modalidade de comunicação.

A fusão da América *On-line* (AOL) com a *Time Warner*, no início de 1999, e o surgimento, nos últimos anos, de tantos outros conglomerados de mídia e telecomunicações são reflexos dessa tendência (MORAES, 2002, p. 27). Trata-se de uma resposta à corrida pela convergência tecnológica, que demanda grande investimento e impõe-se como diferencial no mercado globalizado. A concentração de capital e tecnologia desses grandes conglomerados midiáticos faz do setor uma das indústrias de grande poderio da atualidade. Dênis de Moraes, no livro *O concreto e o virtual*, confirma o papel que as grandes empresas de comunicação assumem no processo:

A indústria global da comunicação gravita em torno de corporações capazes de operar, ao mesmo tempo, em ramos correlatos ou cruzados, sem limites geográficos ou culturais (...) O paradigma infotelecomunicacional constitui vetor decisivo para os impérios mediáticos, tendo por escopo a comercialização ilimitada de produtos com tecnologias avançadas (MORAES, 2002, p. 13).

Nesse contexto, a informação torna-se instrumento de tomada de decisão política e econômica, fator decisivo para a reprodução do capital. “(...) A informação não se move em função das regras da informação – o que faria da verdade, por exemplo, uma referência suprema -, mas em virtude das exigências do comércio, que fazem do ganho ou do interesse, o imperativo supremo” (RAMONET, 2003, p. 247). Na atualidade, os interesses econômicos extrapolam os limites geográficos dos países, o que, de certa forma, coloca em xeque sua legitimidade.

Segundo Manuel Castells (CASTELLS, 1999, p. 353-354), os Estados-Nações vêm sendo cada vez mais submetidos a uma concorrência de fontes de poder indefinidas. Nessa disputa estão redes de capital (os bancos centrais são um exemplo), produção, comunicação, crime (rede do tráfico de drogas), instituições internacionais, aparatos militares supranacionais, organizações não-governamentais, religiões transnacionais e movimentos de opinião pública. Assim, os Estados-Nações podem reter seu poder de decisão, mas, uma vez parte de uma rede de poderes e contrapoderes, tornam-se desprovidos de poder, pois passam a depender de um sistema mais amplo de exercício da autoridade e influência. Não que a soberania moderna não exista, mas os Estados teriam perdido a capacidade de regular sua própria política-econômica, de gerir por conta própria um modelo de desenvolvimento econômico autônomo, fora desse processo global.

2.3 Os limites da comunicação em rede

Teóricos como Pierre Lévy discorrem sobre uma almejada democracia via Internet, elegem-na como mecanismo alternativo de resistência à nova ordem, mas se esquecem de um grande percentual de habitantes dos países em desenvolvimento que sequer têm acesso a computadores, muito menos acesso à rede: os “descamisados” e duplamente excluídos. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), que resultou em um mapa da inclusão digital, publicado em 2003, apenas 12,36% da população brasileira têm computador e só 8,31% têm Internet.⁴

Esses números provocam uma reflexão: será que essa reação à nova ordem ficará restrita às elites, àquelas pessoas que têm acesso aos meios de comunicação. Para o

⁴ O relatório completo da pesquisa Mapa da inclusão digital poder ser conferido em http://www2.fgv.br/ibre/cps/mapa_exclusao/apresentacao/Texto_Principal_Parte1.pdf. NERI, Marcelo Cortês. Mapa da inclusão digital. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2003.

sociólogo brasileiro Bernardo Sorj (SORJ, 2003, p. 59), “a exclusão digital possui forte correlação com as outras formas de desigualdade social, e, em geral, as taxas mais altas de exclusão digital encontram-se nos setores de menor renda”.

É difícil acreditar que essa ordem pode ser de fato revolucionada, sem que grande parte da população tenha acesso à Internet e saiba usá-la efetivamente. Como pensar em ágora *on-line*, inteligência coletiva, sociedade em rede e tantas outras metáforas? Muitos autores escrevem linhas e mais linhas como se isso já fosse fato e seu estabelecimento só dependesse da vontade das pessoas. Boa parte deles faz questão de esquecer que esse mecanismo, revolucionário ou não, não está nas mãos dos excluídos do sistema, está nas mãos das “elites”, daqueles que estão inseridos, que usufruem e reiteram o sistema atual. Muitos desses excluídos encontram-se em miséria absoluta e não sabem sequer sobre a existência da Internet e para que serve.

Apesar de a Internet apresentar muitas possibilidades, é um exercício extremamente difícil imaginar como a tecnologia pode ser usada para minimizar os problemas sociais. No livro [Brasil@povo.com](#), Bernardo Sorj apresenta fatores que dimensionam a questão da exclusão digital:

A exclusão digital depende de cinco fatores que determinam a maior ou a menor universalização dos sistemas telemáticos: 1) a existência de infra-estruturas físicas de transmissão; 2) a disponibilidade do equipamento / conexão do acesso (computador, modem, linha de acesso); 3) treinamento no uso dos instrumentos do computador e da Internet; 4) capacitação intelectual e inserção social do usuário, produto da profissão, do nível educacional e intelectual e de sua rede social, que determina o aproveitamento efetivo da informação e das necessidades de comunicação pela Internet; 5) a produção e uso de conteúdos específicos adequados às necessidades dos diversos segmentos da população. Enquanto os primeiros dois critérios se referem a dimensões passivas do acesso à Internet, as três últimas definem o potencial de apropriação ativa. (SORJ, 2003, p.63)

Como adianta Sorj, o problema não seria apenas a carência de aparato tecnológico. Para Manuel Castells, o elemento de divisão social não seria propriamente o acesso à Internet - a conectividade técnica - mas a capacidade educativa e cultural de utilizá-la.

Essa capacidade de aprender a aprender; essa capacidade de saber o que fazer com o que se aprende; essa capacidade é socialmente desigual e está ligada à origem social, à origem familiar, ao nível cultural, ao nível de educação. É aí que está, empiricamente falando, a divisória social neste momento. (CASTELLS, 2003, p. 262)

A pesquisadora Marta Pinheiro compartilha do ponto de vista de Sorj e Castells. Para ela, mais do que ter acesso a um computador conectado à rede é preciso saber como usufruir de forma plena as experiências que a comunicação em rede nos apresenta:

No mundo das novas tecnologias de comunicação, o excluído é o desconectado, aquele que está fora de uma nova aptidão cognitiva gerada nas comunidades virtuais e na sua inteligência coletiva. Conexão que não é só tecnológica e financeira, mas também a de estar em condições de participar ativamente nos novos processos e poder valorizar as culturas, as competências, os projetos e os recursos que alimentariam essa nova rede. (PINHEIRO, 2000, p. 136)

A rede reforça e diversifica as questões sobre o Capital. Por isso, a intenção neste capítulo foi discutir a complexidade da comunicação em rede em relação à comunicação de massa, detalhes de sua criação, suas características e as discussões que ela evoca na academia, em função dessa complexidade. Esse conteúdo servirá de base para os capítulos subsequentes, em que se pretende aprofundar a questão da resistência à estrutura social, política e econômica dominante, por meio da rede, entendendo desde já que essa modalidade de luta tem suas peculiaridades, mas também suas limitações, já que surge dentro da própria estrutura do Capital.

3 SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA: DAS RUAS AO CIBERESPAÇO

É uma idéia tola imaginar que alguém, sentado atrás de um computador e mandando e-mails, conseguirá alguma coisa. Aliando o virtual com a atuação real, no entanto, você amplifica o poder de alcance e o tempo de amadurecimento de idéias e movimentos. Consegue-se atingir um número maior de parceiros em tempo mais curto (ANTOUN, s/d)⁵.

A Internet torna-se, a cada dia, um dos principais instrumentos do processo de globalização, já que possibilita a troca de informações e experiências entre indivíduos e organizações situados nos mais diversos pontos do planeta. Atenta a estas possibilidades, a sociedade organizada lança mão de instrumentos semelhantes aos usados pela indústria global de comunicação⁶ - tais como *sites* no ambiente *web* - com a finalidade de tentar obter, na Internet, o espaço que nem sempre encontra em mídias de massa como TV, rádio e jornais. Assim como os instrumentos de expressão e luta da sociedade civil modificaram-se ao longo do tempo, o próprio conceito de sociedade civil sofreu alterações ao longo dos séculos, o que determinou também novas expectativas acerca de seu papel na sociedade.

3.1 Sociedade civil organizada: conceitos e formas de expressão

Conforme a socióloga Maria da Glória Gohn, no livro O protagonismo da sociedade civil, há um leque de interpretações sobre o significado de “sociedade civil”. Historicamente, segundo a autora (2005, p. 61-62), atribui-se a Aristóteles a origem do conceito de sociedade civil: “*koinonia polítike*”, expressão traduzida para o latim como

⁵ A declaração de Henrique Antoun foi destacada da reportagem Militância se fragmenta na tela do computador, do jornalista Rafael Sento. A reportagem pode ser lida na íntegra no endereço <http://www.consciencia.net/2004/mes/01/Internet.html>. Acesso em 27 out. 2004

⁶ O termo indústria global da comunicação foi usado por Dênis de Moraes, no artigo *Corporações multimídias e domínio planetário* presente no livro O concreto e o virtual, para se referir aos conglomerados empresariais formados a partir da fusão de grandes corporações de mídia, de telecomunicações e informática, que vêm se formando em todo o mundo e que servem aos interesses do capital globalizado.

“*societas civilis*”, correspondendo a “comunidade pública ético-política”, possuidora de *ethos* compartilhado pelos membros que a constituem. Já no pensamento de Karl Marx, a sociedade civil envolveria todo o conjunto da vida comercial e industrial de um determinado grau de desenvolvimento. Ela congregaria ao mesmo tempo a luta de classes (Apud GOHN, 2005, p. 64). O desenvolvimento do capitalismo industrial no século XIX alterou profundamente a imagem do mercado capitalista, que passou a ser visto como egoísta, uma força anti-social danosa à sociedade e a suas ações coletivas. Esta transformação gerou a segunda forma histórica de interpretação de sociedade civil, que passou a ser vista como um campo de interesses puramente privados, parte da superestrutura da sociedade (Ibid., p. 67).

Os acontecimentos históricos nas últimas décadas do século XX levaram à criação da terceira forma de significação de sociedade civil. Naquela época, houve um retorno aos pragmatismos e as ciências sociais passaram a ter interesse nos laços e nas relações informais, nos processos de solidariedade e confiança, na subjetividade das pessoas, nas instituições da vida pública. Nesse contexto, surgiu a idéia de que a sociedade civil deveria construir um senso coletivo de obrigações sociais. Ela passou a ser entendida como um tipo de “comunidade civil”, uma esfera solidária na qual um certo tipo de comunidade universal cresce gradualmente, expressa pela opinião pública, ela possui códigos e narrativas próprias e um conjunto de práticas de civilidade, igualdade, criticismo e respeito (Ibid., p. 68).

Maria da Glória Gohn chama atenção para o fato de que o debate sobre a sociedade civil “surge num momento de crise do Estado e da sua capacidade de gerenciar as políticas públicas para a área social” (Ibid., p. 69). No Brasil, o termo foi inserido no vocabulário político e tornou-se objeto de produção teórica na década de 1970, quando se

tornou sinônimo de “participação e organização da população civil do país na luta contra o regime militar” (Ibid., p. 70).

Na contemporaneidade, a sociedade civil organizada se expressa através dos movimentos sociais. No livro Movimentos sociais no início do século XX, Gohn (2004, p. 13) define movimentos sociais como “ações coletivas de caráter sócio-político e cultural que viabilizam distintas formas da população se organizar e expressar suas demandas”. Para despertar atenção da opinião pública, se valem de diferentes estratégias que incluem desde a simples denúncia, passando pela pressão direta - tais como mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, negociações - até a pressão indireta.

Muitos pesquisadores dedicaram-se a este tema central da Sociologia e um dos expoentes dessa linha, na Europa, é Alain Touraine. Em seus estudos, ele não se preocupava com os motivos que levavam as pessoas a se engajarem em ações coletivas, mas em entender a dinâmica de um dado processo social em que há a presença de movimentos. Sua abordagem sobre os movimentos sociais estrutura-se no paradigma acionalista (*apud* GOHN, 2004, p.142-143), segundo o qual toda ação é uma resposta a um estímulo social.

Sob essa perspectiva, o movimento social apresenta-se como a ação de um grupo, um ator coletivo, definido por sua situação nas relações sociais de produção e por sua oposição a um grupo adversário, no contexto da sociedade industrial. Na década de 60, Alain Touraine propôs que o movimento social seria construído com base em três elementos: o ator, seu adversário e o que está em jogo no conflito. A partir dos anos 1980, Touraine amplia o modelo. Os elementos constitutivos passam a ser: a definição do próprio ator social, a de seu adversário, a do campo de disputa e a do campo de conflito.

Outra importante proposição de Touraine (*apud* GOHN, 2004, p.145) é de que os movimentos sociais não seriam acontecimentos excepcionais, nem forças novas, seriam parte do sistema de forças da sociedade, disputando a direção de seu campo cultural. Dessa forma, ele situa a teoria dos movimentos dentro de uma abordagem mais geral, a teoria dos conflitos que contempla seis categorias básicas: os [conflitos] que perseguem interesses coletivos; os que se desenrolam ao redor da reconstrução da identidade social, cultural ou política de um grupo; o que são forças políticas que buscam a mudanças das regras do jogo; os que defendem o *status quo* e os privilégios; os conflitos derivados da busca de controle dos principais modelos culturais; e os conflitos derivados da busca da construção de uma nova ordem social (*Apud* GOHN, 2004, p. 146).

“Os atores da sociedade civil, uma vez que não possuem recursos formais para intervir diretamente nos processos institucionais da sociedade, mostram-se particularmente interessados em mobilizar a esfera pública” (MAIA, 2002, p.64). Os movimentos teriam, assim, o papel de pressionar o Estado (através da opinião pública) a promover as transformações sociais.

O Estado, ao responder a um movimento social, estaria repondo a ordem e abrindo caminhos para a mudança pela institucionalização de novas formas de relações. Os movimentos têm o papel mais de agentes de pressões sociais do que de atores principais das transformações sociais propriamente ditas. (GOHN, 2004, p. 147).

3.2 Sociedade organizada nos séculos XX e XXI

A partir da década de 1990, os principais movimentos sociais passam a se organizar de forma diferenciada e a contar com novos recursos para explicitação de suas

demandas. “Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a Internet” (GOHN, 2003, p. 13).

São exemplos de formação de redes sociais transnacionais e do uso de tecnologia para articulação dos cidadãos a mobilização para os protestos de Seattle, no final da década de 1990, contra o atual modelo de globalização, e a organização do Fórum Social Mundial, em 2001. Para a socióloga Ilse Scherer-Warren, as redes sociais decorrem da articulação dos interesses local e global:

A análise em termos de ‘redes de movimentos sociais’ implica buscar as formas de articulação entre o local e o global, entre o particular e o universal. (...) Trata-se de buscar os significados dos movimentos sociais num mundo que se apresenta cada vez mais como interdependente, intercomunicativo, no qual surge um número cada vez maior de movimentos de caráter transnacional, como os de direitos humanos, pela paz, ecologistas, feministas, étnicos e outros. (SCHERER-WARREN, 1996, p. 9-10)

As redes são estruturas da sociedade contemporânea globalizada e informatizada. Segundo Gohn (2003, p. 13-17) existem vários tipos de redes: as de sociabilidade, das quais as associações comunitárias são exemplo; as redes virtuais, via *on-line*, que alinhavam as relações do movimento contra o atual modelo de globalização; redes temáticas específicas, como a das mulheres; redes geracionais, como as de jovens e idosos; redes históricas, que cultuam a memória de um líder ou de um cantor famoso; e as redes de governança, que procuram articular experiências de inovações na gestão pública, como os fóruns das prefeituras que adotam o Orçamento Participativo; e as redes de entidades afins, como as redes de ONGs. Uma característica importante desses novos movimentos sociais é que eles derivam de processos de mobilizações pontuais, de demandas específicas, e não de

processos de mobilizações de massa. A socióloga explica a diferença entre as duas modalidades:

(...) A mobilização [de massa] se faz a partir de núcleos de militantes que se dedicam a uma causa seguindo as diretrizes de uma organização. (...) [Já] a mobilização pontual se faz a partir do atendimento a um apelo feito por uma entidade plural, fundamentada em objetivos humanitários. Pode ser uma organização internacional (Anistia, Greenpeace), nacional (Campanha contra a Fome) ou local. Mas em todos os casos é no local em que se desenvolvem as formas [pontuais] de mobilização e sociabilidade. Esse tipo de associativismo não demanda dos indivíduos obrigações e deveres permanentes para com uma organização. E a mobilização se efetua independente de laços anteriores de pertencimento, o que não acontece com o associativismo de militância político ideológica (GOHN, 2003, p. 18)

Os movimentos sociais da atualidade são considerados, nesse sentido, mais propositivos e operativos, e menos reivindicativos.

As novas formas de associativismo dos anos 90 abrem caminho para construção de novos conceitos como o de cidadania planetária, sustentabilidade democrática, participação cidadã que propõem o respeito às diferenças culturais – os valores, hábitos e comportamentos de grupos e indivíduos pertencentes a uma sociedade globalizada pela economia e pelas múltiplas interações midiáticas dadas pela TV, Internet e outros (GOHN, 2003, p. 19).

Os movimentos sociais – pioneiros e da atualidade - se pautam pelo ativismo. Em termos conceituais o ativismo é qualquer doutrina ou argumentação que privilegie a prática efetiva de transformação da realidade, em detrimento da atividade exclusivamente especulativa. São iniciativas que buscam soluções para os desafios da vida coletiva: seja a causa ambientalista, o problema da violência urbana ou a questão agrária.

A sociedade organizada, habituada a chamar a atenção da sociedade através de atos públicos, panfletos, passeatas e abaixo-assinados nos calçadões dos grandes centros, passa a contar, no curso dos anos 90, com mais um veículo para divulgar suas reivindicações, deflagrar campanhas: a Internet. Seguindo uma tendência mundial, vários representantes da sociedade organizada têm aderido à comunicação via rede. Segundo Dênis de Moraes, uma série de fatores tem contribuído para isso:

(...) a exigência de intensificar parcerias; o desenvolvimento tecnológico; a internacionalização de conflitos sociais e ambientais; a necessidade de amplificar a oposição ao neoliberalismo e seus efeitos nefastos (empobrecimento, desemprego, competição desenfreada, esvaziamento dos poderes públicos, desprestígio das instituições de representação popular, absolutismo do mercado e do lucro). (MORAES, 2001, p. 127)

São vários os exemplos desse tipo de uso da rede, mas a iniciativa do *Independent Media Center* é uma de suas expressões mais originais. O CMI surgiu a partir de 1999, com os protestos antiglobalização em Seattle, Washington e Praga. Trata-se de “uma rede internacional de produtores independentes de mídia que busca ser uma fonte alternativa para fornecimento de informações, desvinculada de qualquer interesse corporativo”.⁷ Com a realização de outras manifestações “antiglobalização” ramificações da organização se formaram e criaram seus próprios *sites*, que seguem os mesmos princípios, política editorial e mesma forma de organização (horizontal e não-hierárquica).

Segundo a pesquisadora Maria Eugenia Cavalcanti Rigitano (2003, p.6), a ramificação brasileira da organização, Centro de Mídia Independente, foi criada em janeiro de 2001 por ativistas que participaram da organização (em São Paulo) do protesto contra a

⁷ Informação veiculada no endereço <http://www.midiaindependente.org>. Acesso em: 17 nov. 2005.

reunião do Fundo Monetário Internacional (FMI), que aconteceu em 26 de janeiro de 2000, em Praga – através da troca de informações por uma lista de discussão. Mantido por doações de pessoas físicas, o CMI tem como proposta tratar a informação sob uma ótica diferente dos parâmetros da mídia de massa. A linha editorial do Centro de Mídia Independente é “anticomercial e apartidária”, também não admite a veiculação de textos de cunho racista, sexista ou que contenham qualquer outra discriminação ou ofensas pessoais.

O CMI está presente em cerca de 50 países e participa das manifestações antiglobalização e demais lutas de libertação e de resistência ao Capital. Ao lado do movimento Zapatista⁸ (que será analisado com mais detalhe adiante), o CMI é um caso clássico de ativismo através da rede, sendo citado por pesquisadores do assunto como Manuel Castells, André Lemos e Dênis de Moraes. Outro pioneiro do ativismo através da rede é o movimento conhecido como o DAN (*Direct Action Network*) - um dos principais organizadores das manifestações em Seattle (EUA) contra a Organização Mundial do Comércio.

Outro exemplo de adesão às ferramentas da comunicação em rede é o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (www.mst.org.br), que incluiu em seu “arsenal” o uso do correio eletrônico para articular suas ações e divulgar em sua página objetivos, opiniões e comunicados, sob a ótica dos ativistas, com agilidade e economia de recursos. Fato que também revela uma tendência de uso da rede:

A maioria das ONGs procura usufruir das vantagens de curto, médio e longo prazos da comunidade virtual: barateamento dos custos, abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia; autonomia para detonar campanhas, sejam elas de denúncia, de pressão, de conscientização ou de arrecadação de fundos; abertura de fóruns

⁸ Movimento Zapatista é originário do México e teve como principal líder o sub-comandante Marcos.

cooperativos (listas de discussão, conferências *on-line*, chats). (MORAES, 2001, p.129)

De fato, os representantes da sociedade organizada podem estabelecer um canal de comunicação (não submetido à linha editorial de uma empresa de mídia) com a sociedade através da Internet. Quando o Movimento dos Sem Terra ocupa uma fazenda ou promove uma marcha rumo à Brasília, o fato pode ser noticiado tanto pela jornalista Fátima Bernardes, no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, quanto no boletim informativo disponível no *site* do MST.

Print screen da primeira do *site* www.mst.org.br. Acesso em: 3 mar. 2006.

Essa alternativa, porém, abre espaço para outra questão: a informação pode ser publicada, não há restrições de conteúdo, mas quantas pessoas teriam acesso a ela? Enfim,



qual seria o alcance dessa informação? “No ambiente da rede não é incomum que o público fique inundado por palavras sem edição, filtros ou outros dispositivos que facilitam a apreensão. Se todos falam e ninguém ouve, temos o resultado semelhante a uma Torre de Babel” (MAIA, 2002, p.56).

A restrição nesse caso se daria pela falta de alcance do conteúdo. O movimento social pode divulgar sua versão na *web*, mas a leitura desse conteúdo dependerá do interesse do interlocutor em buscar mais informações sobre o assunto na Internet, em pesquisar o endereço em um sistema de busca, em ler a outra versão que está disponibilizada em seu canal oficial de comunicação.

Os comunicadores da mídia de massa podem até indicar o endereço do *site* daqueles que foram objeto de reportagem, mas não vão enfatizar que o conteúdo divulgado por eles é apenas uma versão do fato - uma realidade “enquadrada” de acordo com a linha editorial de uma empresa de comunicação de massa guiada pela lógica de mercado - e convidar a massa a acessar a versão do fato sob o prisma do entrevistado.

3.3 A sociedade organizada, o ativismo na rede e as causas defendidas

A militância praticada por meio da Internet é conhecida, nos meios acadêmicos, como ciberativismo. Longe de ser mais um neologismo com prefixo “ciber”, o ativismo na *web* é entendido por André Lemos⁹ como uma forma contemporânea de retomada da “coisa pública” e da criação “canais de participação autênticos” que podem transformar questões locais em causas de alcance global.

Manuel Castells, no livro O poder da identidade, que pertence à trilogia citada anteriormente, lembra que uma das primeiras expressões do ciberativismo aconteceu há dez anos, no México, e teve repercussão mundial. O sub-comandante Marcos foi o primeiro herói ciberativista, articulando mundialmente o movimento Zapatista, através da Internet,

⁹ Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/ciberativismo.pdf> s/d. Acesso em: 21 out. 2004.

para angariar apoio à luta do povo da região de Chiapas, no México, em 1994. Ele mesclou discurso particular com perspectivas globais e conseguiu realizar um movimento eletrônico global de impacto.

O sucesso dos Zapatistas deveu-se, em grande parte, à sua estratégia de comunicação, a tal ponto que eles podem ser considerados o primeiro movimento de guerrilha informacional. (...) A comunicação autônoma foi uma das principais metas estabelecidas pelos zapatistas(...) A capacidade de os zapatistas comunicarem-se com o mundo e com a sociedade mexicana e de capturarem a imaginação do povo e dos intelectuais acabou lançando um grupo local de rebeldes de pouca expressão para a vanguarda da política mundial (CASTELLS, 2002, p.103-104).

Para Castells, teve importante papel a capacidade de articulação do sub-comandante junto à mídia, por meio de textos redigidos e do *mise-en-scène* (máscara, cachimbo, entrevistas marcadas). O autor destaca como elemento essencial dessa estratégia a questão da articulação do movimento através da rede. Esse é um dos exemplos clássicos de ciberativismo, que mostra como a estrutura da rede pode ser usada pelos ativistas para organizar e divulgar ações. A Internet torna-se, assim, uma grande aliada para os movimentos que se dedicam a causas planetárias, como o combate à fome, a defesa do desenvolvimento sustentável, e dos direitos humanos. Esse uso pode ser feito de diferentes formas, dependendo dos objetivos da organização e do nível de conhecimento das ferramentas da rede. Estudioso da cibercultura, André Lemos, propõe, no artigo veiculado em [<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/ciberativismo.pdf>], três grandes categorias do ativismo através da rede:

1. conscientização e informação, como as campanhas promovidas pela Anistia Internacional, Greenpeace ou a rede Telemática de Direitos Humanos;
2. organização e mobilização, a partir da Internet, para uma determinada ação (convite para ações concretas nas cidades) e;
3. iniciativas mais conhecidas por “hacktivismo”, ações na rede, envolvendo diversos tipos de atos eletrônicos como o

envio em massa de *e-mails*, criação de listas de apoio e abaixo-assinados, até desfiguramentos (*defacing*) e bloqueios do tipo DoS (*Denial of Service*).

Segundo a linha proposta por Lemos, o que diferenciaria as modalidades de ciberativismo seria a continuidade do ato, no ambiente concreto, de uma ação iniciada no ciberespaço. Também estariam em jogo as ferramentas usadas na ação: disseminação de mensagens através do correio eletrônico (*e-mail*), acessos simultâneos a *sites*, informações veiculadas em listas de discussão, desconfiguração de páginas, entre outras. Dentre essas ferramentas, o *e-mail* é considerado uma das “armas mais poderosas” de desobediência civil, já que através dele é possível propagar idéias, organizar protestos ou esgotar a capacidade de uma caixa postal, pelo excesso de mensagens recebidas.

Outro estudioso do tema, Henrique Antoun, argumenta na reportagem do jornalista Rafael Sento Sé - Militância se fragmenta na tela do computador¹⁰, que o ciberativismo dispensaria o contato face-a-face da militância tradicional, não exigiria perfil ideológico e tampouco obrigaria que o militante abdicasse de aspectos da vida pessoal em prol da causa. Atitudes muito diferentes do tradicional estereótipo de ativista das ruas.

Nessa mesma reportagem, o jornalista Rafael Sento Sé, estabelece paralelos entre as passeatas nas ruas da sociedade civil organizada e o que ele chama de “passeatas virtuais”, ou seja, um grande número de pessoas combina de acessar um mesmo endereço ao mesmo tempo, impedindo que outras pessoas entrem no *site*.

Um exemplo da prática denominada *defacement* (desconfiguração de página do *site* feita por *hackers*) foi empregada contra a Prefeitura de São Paulo, às vésperas da eleição

¹⁰ A reportagem pode ser lida na íntegra no endereço <http://www.consciencia.net/2004/mes/01/Internet.html>. Acesso em: 27 out. 2004.

municipal em outubro de 2004. Pelo menos 11 páginas do *site* da Prefeitura de São Paulo foram invadidas e adulteradas. O grupo de *hackers*, que se identificou pelo nome "int3rc3pt0r" (interceptor), substituiu as páginas originais por mensagens ofensivas à Prefeitura. "Só sabem gastar dinheiro, nunca olha (sic) para os pobres", dizia a "pichação" deixada pelos piratas, segundo o Zone-H (www.zone-h.org), *site* de segurança da informação que arquiva páginas invadidas.

O ativismo *hacker* não se restringe, porém, a desconfiguração de páginas e "pichações" de protesto. A habilidade técnica desse tipo de ativista pode ser usada para burlar o sistema de segurança de um *site* e ajudar, por exemplo, no combate à censura imposta pelo governo de alguns países a determinados endereços *web*, como ao da Anistia Internacional (<http://www.amnesty.org>). Grupos de ativistas que detêm esse tipo de conhecimento se dedicam ao desenvolvimento de mecanismos que permitem o acesso livre a páginas consideradas "proibidas" em governos pouco democráticos.

É também nesse grupo que estão os ativistas responsáveis pela criação do Linux - um sistema operacional alternativo ao Windows, produto criado pela empresa conhecida mundialmente, a Microsoft. Diferente do Windows, o Linux é distribuído gratuitamente e possui código aberto, o que permite seu aperfeiçoamento pelos próprios usuários. Os softwares que operam nesse sistema também são desenvolvidos pelos integrantes desse movimento, conhecido como *Open Source Movement*. Para o sociólogo Bernardo Sorj, o movimento, ao criar alternativas ao Windows, o integrante do Open Source configura-se como um importante ator na luta contra o controle comercial da Internet:

Do ponto de vista dos agentes e movimentos sociais, as novas tecnologias produziram um novo ator, os *hackers*, pessoas muito habilidosas na área de programação, muitas vezes cientistas, mas também *free lancers*, que desencadearam um movimento contra a apropriação e controle comercial da Internet. A principal

contribuição do movimento foi o *Open Source Movement* (Movimento pela Arquitetura Aberta), que desenvolve softwares com licenças registradas, mas nos quais os códigos-fonte são divulgados. (SORJ, 2003, p.41)

Em síntese, o ciberativismo se diferenciaria do ativismo das ruas à medida que usa a estrutura da rede para organizar ações e dispõe de um canal (como *sites*, boletins, por exemplo) para divulgar sua causa. Causas que podem ser locais, nacionais ou mundiais; limitadas ao tempo ou contínuas. E isso também se reflete na rede. As causas locais são aquelas que interessam basicamente ou exclusivamente as pessoas de uma comunidade, de um bairro. As causas nacionais são de interesse de todo o país, como, por exemplo, a causa da ONG Transparência Brasil (<http://www.transparencia.org.br>) que luta contra a corrupção dos políticos e do Governo, denunciando ações ilícitas à opinião pública e cobrando responsabilidades. Já as causas mundiais que expressam interesse de povos de muitas nações, tais como a Anistia Internacional (<http://www.amnesty.org>), que trabalha em defesa dos direitos humanos no mundo, e o Greenpeace Internacional (<http://www.greenpeace.org/international>) que defende a preservação da natureza em diferentes pontos do globo.

As causas podem ser contínuas, como as citadas anteriormente, ou as limitadas no tempo. Elas são consideradas restritas no tempo quando os objetivos são atingidos e o fato que motivou a mobilização deixa de existir: o esforço e a causa em si mesma deixam de se justificar. É o caso das campanhas relacionadas ao desarmamento deflagradas na *web*, em 2005, quando foi realizado o referendo sobre o porte de armas no país.

3.4 Possibilidades de ativismo na rede: mídia tática, *copyleft* e avatar político

Antonio Negri e Michael Hardt (2005, p. 61-65), na obra *Império*, vislumbram na força de atuação global do Capital uma positividade: se tudo está imanente, “dentro”, não

há um “lado de fora”. Assim, as resistências surgiriam dentro da própria máquina imperial. A mesma rede que serve de difusão da ideologia capitalista, também poderia ser utilizada como arma política de contestação dessa própria ordem.

Nesse ambiente dominado pelas megacorporações de mídia que agem via rede, também haveria espaço para contestações. Já que o Capital atua de forma global, a resistência também deve ser realizada globalmente. Mas a globalização deve ser enfrentada com uma contra-globalização. E a Internet como meio para troca de informação é vista como alternativa real para novas formas de organização social.

Para construir sua teoria, Hardt e Negri inspiram-se no pensamento do filósofo francês Michel Foucault, sobre a sociedade disciplinar. Foucault (*Apud* HARDT, 2005, p. 42) caracteriza a modernidade como aquela marcada pela disciplinarização dos corpos e dos indivíduos. A disciplina era a forma de dominação e todos estariam submetidos às mesmas obrigações num lugar determinado, num centro: escola, fábrica e hospital. A sociedade disciplinar de Foucault é a sociedade de massas, do regime de produção fordista, padronizado. Se havia um centro, havia um lugar para ser combatido. Mas hoje a lógica da comunicação é outra, não há um centro efetivo, há pontos de distribuição dentro de uma rede e caminhos provisórios. A comunicação em rede serviria de voz àqueles que já estão envolvidos com estas questões e querem colocar em xeque a nova ordem. Não necessariamente mudar a nova ordem através desse veículo, promover a revolução, mas fazer dele mais um canal de resistência, de mídia alternativa para a militância.

Esse movimento de resistência e crença na Internet inspira-se nos ideais nostálgicos dos movimentos libertários (*hackers*) – pioneiros que ajudaram a desenvolver a Internet – e

que, no início dos 70, acreditaram que a Internet poderia ser um instrumento de libertação e de autonomia em relação ao estado e às grandes empresas.

Alternativas ao atual sistema de comunicação de massa são pensadas desde a década de 1960. Segundo a pesquisadora Marta de Araújo Pinheiro, no artigo Internet e comunicação de resistência (PINHEIRO, 2005, p.166), a reflexão sobre a comunicação de resistência tem origem nos acontecimentos ocorridos em várias partes do mundo em 1968 como crítica ao sistema dos meios de comunicação operante: “verticalidade das emissões, a comunicação sem retorno, a falta de pluralismo na transmissão das informações.”

Há na contemporaneidade uma retomada do uso alternativo das mídias pelos movimentos sociais, prática estimulada pelo movimento de contracultura, nas décadas de 1960 e 1970. O movimento de contracultura buscava a liberdade através de manifestações experimentais artísticas e midiáticas.

O movimento de contracultura propunha uma ruptura com as mídias convencionais por considerá-las suportes da racionalidade técnica instrumental do Ocidente, que deveriam ser substituídas por uma outra, autônoma e não autoritária. (PINHEIRO, 2005, p.167)

A partir da metade da década de 90, a expansão da Internet consolida um modelo de comunicação em rede. Nas palavras de Marta Pinheiro, “horizontal, retroalimentável e plural” (PINHEIRO, 2005, p.168). O novo modelo traz à tona novas questões: o *copyleft*¹¹ na luta contra a propriedade intelectual e a favor da socialização do conhecimento; o ciberativismo como mobilização social global, as mídias táticas como atuação política.

¹¹O conceito de *copyleft* se opõe ao de *copyright* que diz respeito ao registro da propriedade intelectual de uma informação. Para o movimento *copyleft* que data do início da década de 90, a informação não deve ter proprietário, por isso, prega sua livre disseminação. Diferente do *copyright*, o *copyleft* permite a reprodução da informação (texto, foto, áudio e vídeo), desde que citada a fonte e preservada a integridade do material.

Segundo Geert Lovink e David Garcia, no artigo ABC da mídia tática¹², o conceito de mídia tática abrange diversos tipos de mídia que têm como função intervir diretamente na circulação e distribuição da informação e que não estão vinculadas a qualquer corporação, mercado ou estado. A mídia tática tem suas origens no movimento antiglobalização, do início da década 90, e propõe não a ruptura com o sistema e a substituição das mídias existentes, mas a intervenção nas mídias convencionais. Uma de suas linhas de atuação propõe-se a explorar o potencial independente das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs).

No discurso de quem a pratica, o *Independent Media Center*, encontra-se uma definição mais minuciosa e “apaixonada”:

Mídia tática é um conceito que se firmou nos anos 90, fruto de práticas ativistas de mídia e de festivais de novas mídias na Europa e nos Estados Unidos. Seu fundamento básico é a produção “faça-você-mesmo” (...) desvinculada de interesses de mercado e de agenda ideológicas associadas aos grandes meios de comunicação: a mídia tática dá voz a todos aqueles excluídos desses meios: classes desfavorecidas, minorias, comunidades alternativas, dissidentes políticos e artistas de rua, entre outros (...) vai da utilização de mídias tradicionais como TV, rádio, vídeo, meio impresso e artes em geral, a *websites* produção de softwares e todo tipo de mídia eletrônica, incluindo igualmente, se for o caso, a performance de djs e teatro de rua. Rua entendida como esfera pública alternativa que permite uma maior interação entre obra e audiência. Mídia como entendimento de seu potencial criativo, e a conscientização como um processo crítico contra a hegemonia deformadora. (ROSAS, 2003)

Segundo o estudioso do ativismo na Internet, Henrique Antoun, no artigo Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia¹³, o IMC

¹² Disponível em <www.multitudes.net> Acesso em: 24 mar 2006.

¹³ Disponível em <www.intercom.org.br> Acesso em: 25 jan. 2006.

foi construído a partir do conceito de mídia sob demanda, uma alternativa à mídia de atualidades corporativa criada pelas ONGs para fazer cobertura de suas manifestações exprimindo os pontos de vista e interesses dos manifestantes.

Em outra perspectiva de ativismo na rede, encontram-se aqueles que vislumbram apropriação da linguagem dos veículos convencionais uma oportunidade para chegar a quem trabalha no sistema de mídia de massa e dessa forma atingir a opinião pública¹⁴.

Essa adesão ao discurso sensacionalista pode ser considerada uma atualização de uma prática apresentada por Guy Debord, chamada de *détournement*¹⁵, que significa a apropriação de elementos e da estrutura da linguagem dos responsáveis pelo espetáculo, para serem re-arranjadas em novas composições e intuitos opostos. Essa apropriação poderia, pela semelhança, aproximar os manifestantes do público que o movimento social pretende conscientizar.

Há duas práticas associadas a essa corrente, uma delas propõe a elaboração de *websites* para inserção de informações sobre as ações do grupo ativista que podem servir de pautas das versões *on-line* do sistema de mídia convencional e, dependendo do apelo da notícia, podem até ser veiculadas na mídia de massa. A outra forma de ativismo prevê a criação de *pop stars* virtuais, que exercerão o papel de avatares¹⁶ políticos, disseminando boatos, notícias falsas, seguindo a linha da comunicação de guerrilha e da contra-informação. Para Guy Debord, a prática organizada do boato seria, na origem, uma “contrapartida selvagem da informação espetacular”, uma arma usada por governos autoritários para criar tensões e confundir “o inimigo”.

¹⁴ O XIX do Net Ativismo. Disponível em e-espço no *site* <www.rizoma.net> Acesso em: 19 mar 2006.

¹⁵ O texto da Internacional Situacionista que define *détournement* pode ser consultado em <http://library.nothingness.org/articles/SI/en/display/315> .

¹⁶ Avatar é um personagem virtual gráfico. Além de um *nickname*, o personagem apresenta-se em uma interface gráfica.

No início, o boato foi supersticioso, ingênuo, auto-intoxicado. Mas em nosso tempo [final da década de 1960] a vigilância começou a infiltrar na população pessoas suscetíveis de lançar, ao primeiro sinal, os boatos que lhe convém. É a aplicação prática das observações de uma teoria formulada há quase trinta anos, cuja origem está na sociologia norte-americana da publicidade: a teoria dos indivíduos chamados ‘locomotivas’, isto é, que são seguidos e imitados pelos outros do mesmo meio; mas dessa vez, passando do espontâneo ao praticado. (DEBORD, 1997, p. 227).

No ambiente de interconexão e interação entre diversos atores da sociedade, o boato pode ser potencializado e ser usado, não só pelo Estado e pelas empresas, como também pela sociedade civil organizada. Um exemplo dessa modalidade de desobediência civil é o projeto Luther Blisset. LB é um *pop star* coletivo aberto, um avatar político cuja identidade pode ser usada por homens e mulheres para qualquer propósito. E está sendo usada para plantar notícias falsas, disseminar boatos e estimular fraudes.¹⁷

¹⁷ Disponível em <www.rizoma.net> Acesso em: 19 mar 2006.

4 GREENPEACE: ORGANIZAÇÃO E ESPETÁCULO

Um dia a Terra vai adoecer. Os pássaros cairão do céu, os mares vão escurecer e os peixes aparecerão mortos nas correntes dos rios. Quando esse dia chegar, os índios perderão o seu espírito. Mas vão recuperá-lo para ensinar ao homem branco a reverência pela sagrada terra. Aí, então todas as raças vão se unir sob o símbolo do arco-íris para terminar com a destruição. Será o tempo dos Guerreiros do Arco-Íris. (Olhos de Fogo, índia Cree, dito há 200 anos. Site do Greenpeace Brasil)

Neste capítulo encontram-se informações sobre a organização não-governamental Greenpeace, que é um das expressões da sociedade civil organizada, precisamente do movimento ambientalista e que, nessa dissertação, constitui-se como objeto de estudo. Além de apresentar a história oficial do grupo e as características de suas ações, procurou-se estabelecer relações entre esse conteúdo e as tendências dos novos movimentos sociais, especificamente, os ambientalistas, e a relação destes com a mídia.

Dessa forma, o objetivo aqui é articular as informações pesquisadas sobre o Greenpeace, apresentando uma linha de interpretação contextualizada de suas peculiaridades e tendências, que enriquecerá o capítulo dedicado à análise estratégia de comunicação do grupo na Internet.

4.1 Greenpeace: versão oficial

O Greenpeace é, no discurso dos ativistas, uma “organização independente que faz campanhas utilizando confrontos não-violentos para expor os problemas ambientais globais e alcançar soluções que são essenciais a um futuro verde e pacífico”.

A organização foi fundada em Vancouver, no Canadá, em 15 de setembro de 1971, em meio a uma manifestação de protesto contra a realização de testes nucleares. O grupo de ambientalista saiu em um barco de pesca de Vancouver rumo à costa do estado do Alasca.

Na época, o protesto foi amplamente coberto pela mídia mundial. No *site* do Greenpeace Brasil podem ser encontrados detalhes da ação:

No mastro da embarcação tremulavam duas bandeiras: a da ONU - para marcar o internacionalismo da tripulação - e outra que unia as palavras "green" e "peace" numa única idéia: a da defesa do meio ambiente e da paz a qualquer preço. O que os movia, mais do que a coragem, era uma convicção: a destruição do planeta pelo ser humano havia chegado ao ponto de ameaçar o presente e o futuro de todos os seres vivos. Era preciso FAZER algo para impedir o teste nuclear - porque as ações falam mais alto do que as palavras.¹⁸

O barco nunca chegou a seu destino, mas a iniciativa dos 11 ativistas gerou repercussão pública e internacional suficiente para fazer com que, cinco meses depois, Washington anunciasse o fim dos testes nucleares nas ilhas Aleutas, no Pacífico Norte.

Em 1979, sete países já tinham escritórios Greenpeace e foi necessário criar uma instância internacional de decisão e supervisão. Nascia o Greenpeace Internacional (GPI), sediado em Amsterdã, na Holanda, cuja função era iniciar e coordenar atividades de campanhas e programas. O GPI é financiado por escritórios nacionais que, por sua vez, são financiados por doações individuais de seus sócios e colaboradores. Os escritórios nacionais auto-suficientes repassam 18% de sua receita bruta para o Greenpeace Internacional. O Greenpeace Internacional apóia financeiramente os escritórios menores que não têm condições de arcar com suas despesas operacionais. Supervisiona, também, as campanhas internacionais do Greenpeace, coordena a frota de barcos de campanha e assegura o desenvolvimento consistente da política e dos objetivos dos escritórios nacionais. Atualmente, o

Greenpeace é uma organização transnacional altamente articulada que contabiliza 2,8

¹⁸ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 10 dez. 2005.

milhões de sócios em todo o mundo e tem atuação local em pelo menos 44 países ¹⁹. Hoje, a organização se volta, cada vez mais, para as grandes questões sociais e econômicas que estão na origem do desequilíbrio ambiental. Com o apoio de técnicos e especialistas, as equipes dos escritórios do Greenpeace documentam e analisam as raízes políticas e econômicas dos crimes contra o meio ambiente. A partir dessas informações, pressionam empresas, governos e instâncias internacionais onde as grandes decisões são tomadas. E também apóiam comunidades locais, para que elas próprias se organizem e busquem soluções para seus problemas. A atuação do Greenpeace não se restringe às manifestações de protesto contra crimes ecológicos. A organização também produz soluções:

(...) os pesquisadores da organização desenvolveram, por exemplo, geladeiras que não destróem a camada de ozônio (o "greenfreeze") e convenceram empresas a produzi-las; criaram um modelo de carro altamente econômico (o Smile); promoveram fontes de energia limpa, como a solar, etc.²⁰

São 51 endereços do Greenpeace no ciberespaço e um deles, que se refere à sede brasileira, é veiculado nos endereços www.greenpeace.org.br ou www.greenpeace.com.br. O Greenpeace conta com um organizado complexo administrativo e hierárquico que garante a articulação entre seus escritórios. Segundo informações veiculadas no *site* do Greenpeace Brasil ²¹, todos os escritórios nacionais participam da reunião anual do Conselho Internacional, órgão que faz recomendações sobre direção geral e política da organização, define o teto orçamentário anual e elege o *Board* Internacional, que se reporta ao Conselho. O Board elege um *Chair* (presidente) e aponta o Diretor Executivo (DE), responsável pelo gerenciamento diário do Greenpeace Internacional. O Diretor Executivo é assessorado por um time de diretores de programas e se reporta ao *Board*, que é

¹⁹ Dados referentes ao ano de 2005.

²⁰ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 16 dez. 2005.

²¹ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 10 dez. 2005

responsável pela fiscalização do orçamento e aprovação das contas da organização. Cabe a ele assegurar a implementação das decisões do Conselho e aprovar a estratégia política de longo prazo. Estrutura que comprova a declaração de Manuel Castells sobre o Greenpeace:

O Greenpeace é ao mesmo tempo uma organização altamente descentralizada e uma rede mundialmente descentralizada, controlada por um conselho de representantes do país, um pequeno conselho executivo, e responsáveis regionais para a América do Norte, América Latina, Europa e Região do Pacífico. Seus recursos são organizados sob forma de campanhas, sendo cada uma subdividida por tipo de questão ambiental abordada. (CASTELLS, 2002, 150)

Independente do país onde atuam, os ativistas do Greenpeace têm como princípio básico ²²a prática do testemunho ocular; são adeptos da não-violência e durante sua atuação colocam-se pessoalmente como barreira ao dano ambiental.

O Greenpeace é independente financeiramente de empresas, governos e partidos políticos. Não estabelece alianças com partidos e não toma posições políticas, exceto no que diz respeito à proteção do meio ambiente e da paz. Atua internacionalmente, “já que as ameaças ao meio ambiente não têm fronteiras”, segundo o discurso veiculado no *site*. É também no endereço *web* que o Greenpeace divulga sua linha de ação e a necessidade de articulação entre as ações globais e as locais, dentro da causa ambientalista:

Não há respostas parciais para problemas que são globais. Só a mobilização de cidadãos de todas as nações poderá impor aos governos uma mesma e coerente política ambiental para o planeta. A responsabilidade pela escalada destrutiva não recai apenas sobre os países ricos. O Brasil, por exemplo, tem grande participação na dilapidação de seus recursos naturais e na desagregação de seu meio ambiente.²³

²² Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 16 dez. 2005.

²³ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 16 dez. 2005

Os atos do movimento sempre chamaram a atenção pela irreverência e dramaticidade e a própria definição da ONG evidencia o caráter midiático do movimento. Exemplo disso foi a inauguração do Greenpeace no Brasil, em 1992, ano da Rio 92. Os ativistas realizaram um ato espetacular, no Rio de Janeiro, em protesto contra a produção de energia nuclear: “uma ação direta - a colocação de 800 cruzeiros no pátio da usina nuclear de Angra dos Reis, no dia 26 de abril de 1992, aniversário do trágico acidente de Chernobyl - marcava oficialmente o estabelecimento do Greenpeace Brasil”²⁴.

As campanhas públicas são o eixo do trabalho do Greenpeace, determinando todas as atividades da organização, como, por exemplo, as direcionadas a governos, organismos nacionais e internacionais e outros formadores de opinião. No Brasil, o Greenpeace atua com campanhas que buscam a proteção da Amazônia, a adoção de energias limpas e renováveis, a adoção do princípio da precaução na produção de transgênicos e banimento das substâncias químicas tóxicas. A principal fonte de financiamento das campanhas do Greenpeace são seus sócios, que contribuem com o pagamento de uma mensalidade. Segundo informações do *site*, 70% do que é arrecadado com o pagamento da mensalidade é destinado para as campanhas do grupo.

4.2 A atuação do Greenpeace no contexto dos novos movimentos sociais

Expressão transnacional do movimento ambientalista, o Greenpeace é uma das várias entidades que integra o movimento antiglobalização, iniciado em 1998, com as manifestações de Seattle (EUA) contra a Organização Mundial do Comércio.

O movimento antiglobalização nega a forma como a ordem capitalista instituída vigente se reproduz e não a ordem em si. Ele é

²⁴ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 16 dez. 2005

movido para a busca de soluções alternativas aos problemas sociais e à própria preservação da vida no planeta e não para a sua destruição. (GOHN, 2004, p. 33)

As manifestações de Seattle projetaram o movimento antiglobalização para o mundo, através de sua repercussão na mídia, e são referência de ação ciberativista, pois sua organização teve a Internet como principal forma de articulação de suas ações. Após os acontecimentos de 11 de setembro de 2002, nos Estados Unidos, as atividades do movimento antiglobalização começaram a ser repensadas o que culminou com o início de uma nova etapa. Ele tornou-se mais propositivo e de luta pela paz no mundo. Essas manifestações são consideradas pelos sociólogos uma das principais novidades na arena política e no cenário da sociedade civil, em virtude de sua forma de articulação/atuação em redes com extensão global. Uma de suas características é a heterogeneidade de sua composição social, que congrega desde organizações religiosas, sindicatos e organizações ambientalistas, como o Greenpeace. Entre 1998 e 2001, a principal bandeira eram as demandas relativas à questão das relações comerciais entre os países, como dívida externa dos países pobres e a inclusão dos direitos humanos nas negociações no âmbito da Organização Mundial do Comércio.

Um dos pontos de convergência entre o movimento antiglobalização e o Greenpeace é o debate sobre o modo de vida capitalista ocidental moderno e seus efeitos sobre a natureza. Várias facções consideram que a globalização é um dado momento do processo histórico contemporâneo, mas contestam a forma como ela se processa.

Outra característica em comum é a importância da mídia nas ações do movimento: é através dela que o movimento antiglobalização ganha visibilidade mundial e tem sua agenda de ações divulgada. As manifestações espetaculares nas ruas, o grande número de

participantes e os recursos financeiros envolvidos na organização garantem espaço no noticiário.

O movimento antiglobalização nasceu ciberativista. Seus integrantes utilizam-se da Internet para mobilizar as pessoas e formular suas agendas e também divulgar “informações personalizadas” de suas ações (mídia tática). Entre os meios de articulação virtual estão os *sites* www.protest.net, [www.reclaim the street.net](http://www.reclaimthestreet.net), e www.indymedia.org. Desde que essa modalidade começou a se popularizar, o Greenpeace agregou à sua estratégia midiática mais essa modalidade de ação, através de recursos presentes no endereço www.greenpeace.org.br.

Paralelamente às manifestações nas ruas, ocorrem debates e seminários em espaços fechados, onde se busca ir além da crítica e são debatidas ações propositivas realizadas em várias partes do mundo, dando início ao que se ousa denominar de “globalização da resistência”, conforme sugere Otávio Ianni. “Ocorre que o mesmo processo de globalização da cultura, caminhando junto com o da sociedade, economia e política, ainda que em forma desigual, globaliza grupos e classes sociais, movimentos sociais e partidos políticos, ideologias e utopias” (IANNI, 199, p.49).

O Greenpeace também apresenta em suas propostas não a negação do sistema capitalista, mas o desenvolvimento do sistema em bases sustentáveis: como o estímulo ao uso de energia renovável e a preservação da Floresta Amazônica, através de políticas públicas que impeçam a venda de madeira de origem ilegal.

Para Manuel Castells, o adversário declarado do Greenpeace é o modelo de desenvolvimento caracterizado pela falta de interesse pelos efeitos sobre a vida no planeta.

Assim, o movimento mobiliza-se em torno do princípio da sustentabilidade ambiental como preceito fundamental ao qual devem estar subordinadas todas as demais políticas e atividades.

Dada a importância de sua missão, os “guerreiros do arco-íris” não estão dispostos a participar de discussões com outros grupos ambientais, tampouco embarcar na contracultura, apesar das numerosas variantes atitudinais de seu vasto número de participantes. (CASTELLS, 2002, p. 151)

Segundo Castells, os ativistas do Greenpeace são “decididamente internacionalistas” e, por isso, vêem o Estado-Nação como o “maior obstáculo ao controle do desenvolvimento atualmente desenfreado e destrutivo” (CASTELLS, 2002, p. 151).

4.3 O Greenpeace e os demais movimentos ambientalistas

O movimento ambientalista apresenta uma grande variedade de correntes e formas de manifestações em cada país e cultura. Por isso, será de grande utilidade a classificação proposta por Manuel Castells, no livro O poder da identidade, que apresenta uma diferenciação tipológica (transcrita no quadro abaixo) dos vários componentes do movimento social no mundo e seus respectivos exemplos práticos. Os exemplos foram extraídos da Alemanha e da América do Norte, porque, segundo o autor, são nesses locais que se concentram os movimentos ambientalistas mais desenvolvidos no mundo. O modelo foi construído com base na caracterização de movimentos sociais de Alain Touraine - que considera como parâmetros Identidade, Adversário e Objetivo - e estabelece a distinção entre cinco grandes categorias de movimentos sociais.

Quadro 3.1 Tipologia dos movimentos ambientalistas

Tipo (exemplo)	Identidade	Adversário	Objetivo
Preservação da natureza (Grupo dos Dez, EUA)	Amantes da natureza	Desenvolvimento não controlado	Vida selvagem
Defesa do próprio espaço (Não no meu Quintal)	Comunidade local	Agentes poluidores	Qualidade de vida/saúde
Contracultura, ecologia profunda (<i>Earth first!</i> ,	O ser “verde”	Industrialismo, tecnocracia e	“Ecotopia”

ecofeminismo) <i>Save the planet</i> (Greenpeace)	Internacionalismo na luta pela causa ecológica	patriarcalismo Desenvolvimento global desenfreado	Sustentabilidade
Política verde (Die Grünem)	Cidadãos preocupados com a proteção do meio ambiente	Estabelecimento político	Oposição ao poder

Reprodução (CASTELLS, 2002, p. 144)

O quadro acima serve de argumento à hipótese de que os atos do Greenpeace são radicais, mas o discurso do grupo é moderado, se comparado aos demais movimentos ambientalistas no mundo. Os ativistas do Greenpeace não propõem a volta à vida selvagem, como o Grupo dos Dez, ou se opõem ao industrialismo, como *Earth first!*. O Greenpeace defende o desenvolvimento sustentável, que, de tão razoável, já vem sendo adotado como discurso pelas grandes corporações.

Manuel Castells (2002, p. 150-151) destaca peculiaridades do Greenpeace, que o distinguem dos demais movimentos ambientalistas. A primeira delas é a uma noção de premência em relação ao iminente desaparecimento do planeta, inspirada por um lenda dos índios norte-americanos:

Quando a terra cair doente e os animais tiverem desaparecido, surgirá uma tribo de pessoas de todos os credos, raças e culturas que acreditará em ações e não em palavras e devolverá à Terra sua beleza perdida. A tribo será chamada de “Guerreiros do Arco-íris”.
(*apud* CASTELLS, 2002, p. 150-151)

Outra característica é uma atitude inspirada nos *Quakers*, de serem testemunhas dos fatos, tanto como princípio para a ação quanto como estratégia de comunicação.

Os quakers acreditam numa forma de resistência pacífica - "bearing witness", em inglês (a tradução mais próxima para isso seria "testemunha envolvida") - que consiste em estar fisicamente presente na cena de um acontecimento maléfico, como forma de impedi-lo. Foi inspirado nele que os membros do "Comitê Não Faça Onda" decidiram alugar um barco para ir ao local previsto para o

teste nuclear de 1971. Surgia assim a "ação direta", que viria a ser a forma mais conhecida de atuação [do Greenpeace].²⁵

A terceira e, possivelmente, a principal peculiaridade do grupo é uma atitude pragmática, do tipo empresarial, em grande parte influenciada pelo líder histórico e presidente do conselho administrativo do Greenpeace, David McTaggart, “de fazer as coisas acontecerem”. Nessa linha de raciocínio não há tempo para discussões filosóficas: as principais questões devem ser identificadas pelo uso de informações e técnicas investigativas em todo o planeta. Essas informações devem servir para organização de campanhas específicas em torno de metas palpáveis, seguidas de ações espetaculares com o objetivo de atrair a atenção da mídia, levando ao conhecimento do grande público uma determinada questão, e forçando empresas, governos e instituições internacionais a tomarem medidas cabíveis ou enfrentarem futura publicidade negativa.

4.4 Greenpeace e ato espetacularizado

Ações orientadas à mídia fazem parte da definição do Greenpeace, não só no discurso do grupo, mas também no de quem o pesquisa. Exemplo disso é a definição de Manuel Castells, em O poder da identidade: o “Greenpeace é a maior organização ambiental do mundo, e provavelmente a principal responsável pela popularização de questões ambientais globais, por meio de ações diretas, sem uso de violência, e orientadas à mídia” (2002, p. 150),.

Conscientes da importância da repercussão de seus atos na mídia, ativistas do Greenpeace organizam atos em diferentes pontos do mundo que possam se tornar notícia e serem divulgados nos meios de comunicação. As ações diretas do Greenpeace são

²⁵ Informações veiculadas no endereço <www.greenpeace.com.br> Acesso em: 16 dez. 2005

dotadas de apelo e improbabilidade, entre outras características que fazem de um fato tornar-se notícia, conforme o Manual de Redação da Folha de São Paulo.

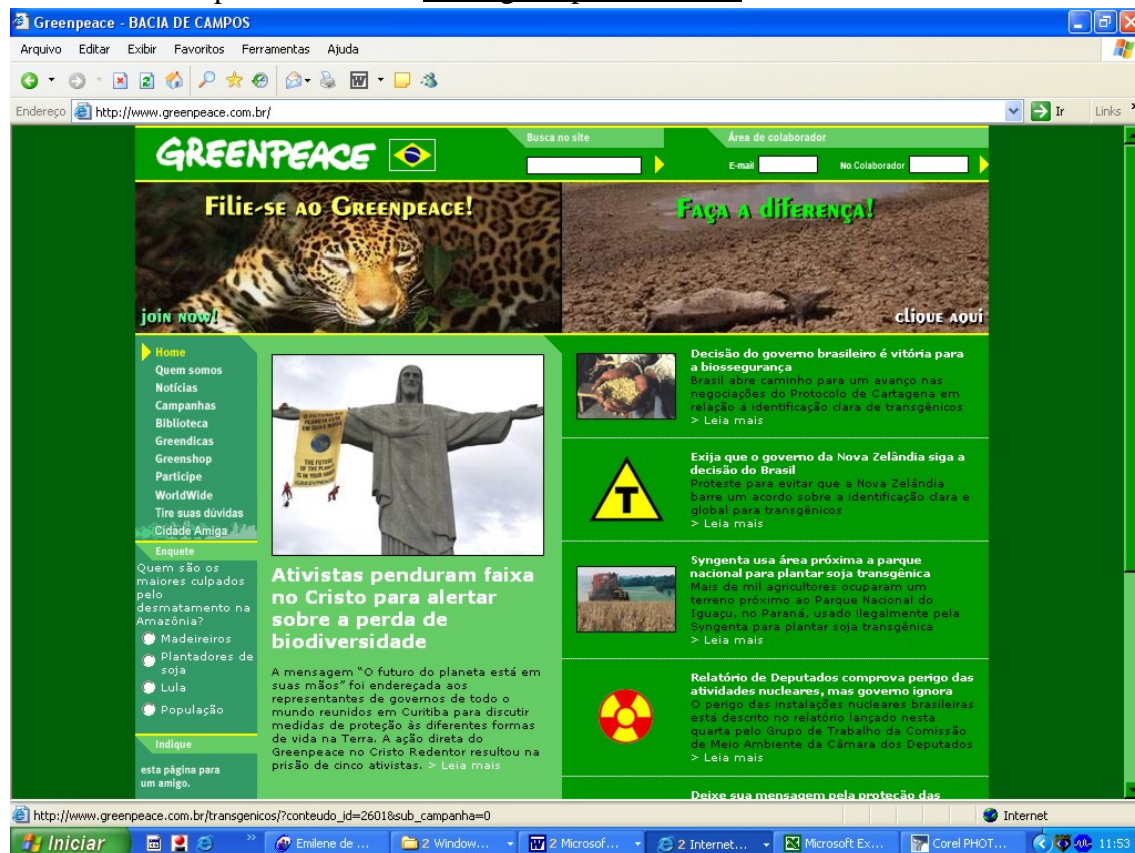
Para definir a importância de uma notícia, o jornal Folha de São Paulo usa cinco critérios: ineditismo (a notícia inédita é mais importante do que a já publicada); improbabilidade (a notícia menos provável é mais importante que a esperada); interesse (quanto mais pessoas possam ter sua atenção despertada pela notícia, mais importante ela é); apelo (quanto maior a curiosidade que a notícia possa causar, mais importante ela é), e empatia (quanto mais pessoas puderem se identificar com o personagem, melhor) Novo manual da redação. 1992, p.35-36)

As performances dos ativistas do Greenpeace são imbuídas de ousadia e surpresa. Elas geram notícias que no jargão jornalístico podem ser chamadas de *fait divers*, fatos surpreendentes que fogem à rotina e chamam atenção pela situação de cúmulo que evocam (LAGE, 1997, p. 46-48). Essa característica faz com que o grupo conquiste espaço no noticiário de massa e na versão *on-line* de tais veículos, além de versões elaborada pela equipe do Greenpeace veiculada em seus *sites*. Um exemplo desse procedimento foi a ação do Greenpeace realizada em 16 de março de 2006 e noticiada no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão.

Os ativistas escalaram um dos principais pontos turísticos da cidade do Rio de Janeiro - a estátua do Cristo redentor, no Corcovado - e penduraram uma faixa de 5 por 8 metros que estampava a mensagem “O futuro do planeta está em sua mãos”, nas versões em português e inglês. O ato teve por objetivo despertar a atenção das autoridades para a questão da “perda da biodiversidade” e para o “risco do uso de transgênicos”, tema da

campanha empreendida pelo Greenpeace no Brasil, intitulada “Viva a Amazônia”²⁶. O alvo da ação foram os representantes de governos de todo o mundo que, na época, estavam reunidos em Curitiba, na região Sul no país, para a *Convention of Biological Diversity* (CBD), com o intuito de discutir a proteção da biodiversidade.

Print screen da primeira do site www.greenpeace.com.br. Acesso em: 17 mar. 2006.

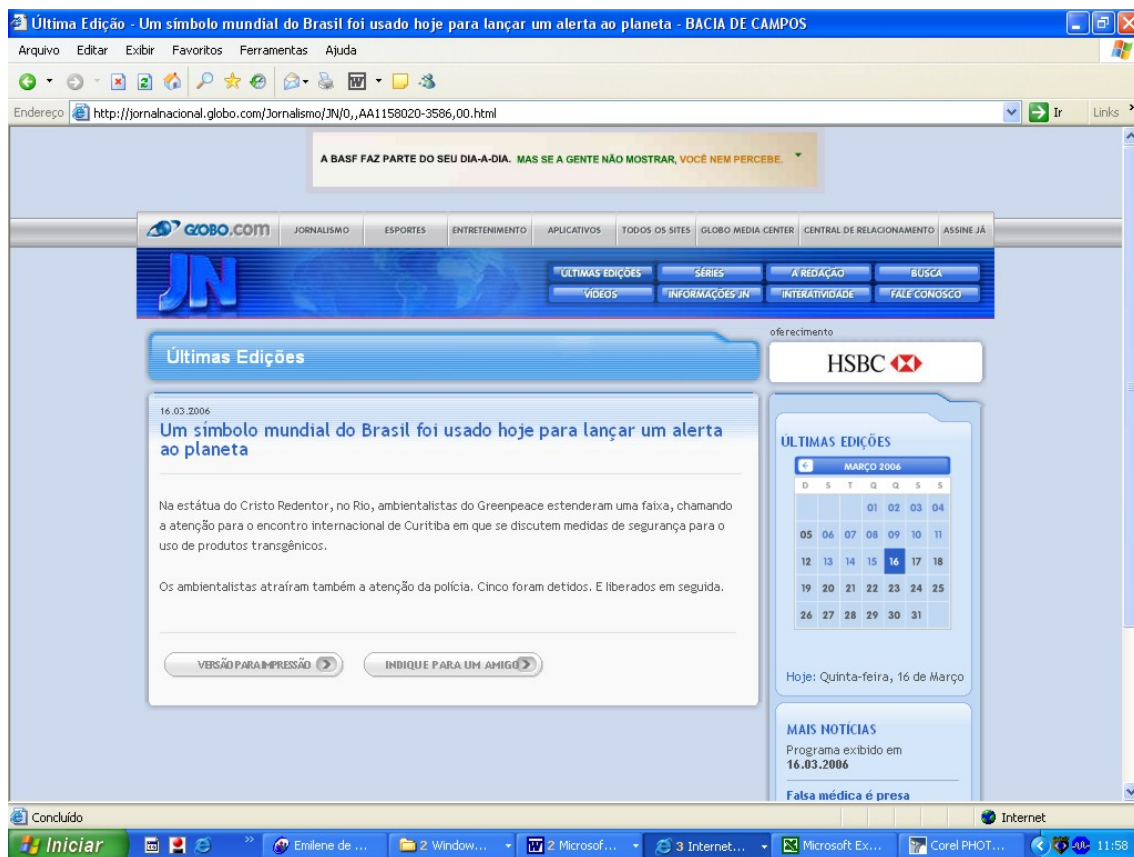


Em destaque a matéria jornalística e a foto da atuação no Cristo redentor

O ato foi noticiado nos sites do Greenpeace Brasil (www.greenpeace.org.br) que destacou a necessidade de “trocar palavras por ações concretas em defesa do meio ambiente”. O fato ganhou uma versão mais contundente no site do Greenpeace Internacional (www.greenpeace.org/international), que usou uma referência à música de

²⁶ Detalhes da campanha do Greenpeace Brasil - Viva a Amazônia – podem ser conferidos em www.greenpeacebrasil.org.br/vivaamazonia.

Elvis Presley na abertura da matéria, para enfatizar o excesso de negociação entre os países e a falta de ações concretas, desde a Rio 92, também realizada no Brasil: “*Elvis had it right in 1968 when he sang the line, ‘little a less conversation, a little more action’*”. A notícia do ato espetacularizado (ou ação direta) ganhou continuidade na Internet através do site do Jornal Nacional da rede Globo (imagem abaixo).



Print screen da página do site do Jornal Nacional. Acesso em: 17 mar. 2006.
Matéria jornalística sobre ato do Greenpeace no Cristo redentor, no Rio de Janeiro

Exemplo semelhante foi o protesto contra a construção de duas fábricas de celulose, noticiado na mídia brasileira por causa de sua irreverência. No momento em que fotógrafos de todo o mundo posicionavam-se para tirar a foto dos líderes da América Latina, do Caribe e da União Européia, reunidos em Viena para discussão sobre cooperação em diversos níveis, uma ativista do Greenpeace, de biquíni (imagem baixo), entrou na frente das

câmeras erguendo uma faixa que exibia o propósito daquele ato. A performance da ativista foi notícia no Jornal Nacional, no dia 11 de maio, no *Globo On-line* (www.oglobo.com.br).

Além da matéria jornalística, foi feita uma fotogaleria com as imagens do protesto.



Print screen da página do Globo On-line. Acesso em: 12 mai. 2006. Matéria jornalística (acima) e fotogaleria (abaixo) sobre protesto do Greenpeace em Viena



Apesar de o Greenpeace ser conhecido mundialmente por se expressar através dessa modalidade, o ato espetacularizado é uma tática adotada por outros grupos ambientalistas em todo o mundo e foi largamente utilizada pelo movimento ambientalista brasileiro. No livro Missão (quase) impossível: aventuras e desventuras do movimento ambientalistas no Brasil, a jornalista Teresa Urban argumenta que o protesto-espetáculo é uma estratégia do movimento ambientalista que confere irreverência ao movimento.

Ela cita atos e apresenta fotos de jornais da época (URBAN, 2001, p. 111-125) que evidenciam a prática do protesto espetáculo no país, como, por exemplo, a performance do espanhol Miguel Abellá que, na década de 70, caminhou nas ruas de São Paulo vestido de terno e gravata, pasta e máscara para protestar contra a emissão de gases tóxicos. E a ação “Adeus, Sete Quedas”, em 1982, que mobilizou milhares de pessoas contra a construção da Hidrelétrica de Itaipu - a obra do regime militar que culminou na destruição do Parque Nacional de Sete Quedas, localizado no Paraná. O ato consistiu de um *quarup* – cerimônia indígena de despedida coletiva das Sete Quedas, já que não foi possível impedir que a obra fosse realizada. A manifestação é considerada um marco no movimento ambientalista brasileiro. Calcula-se que pelo menos 10 mil pessoas participaram da manifestação, mobilizada pelos ambientalistas e a repercussão de seus atos na mídia.

O *quarup* Adeus Sete Quedas reuniu num grande acampamento, durante três dias, cerca de 3.000 ambientalistas que surpreenderam o país com sua irreverente liberdade, apresentando um novo estilo de fazer política. O *quarup* foi uma cerimônia de adeus, mas não de derrota. Mostrado pela imprensa com uma grande mobilização nacional, o *quarup* comoveu o Brasil. (URBAN, 2001, p.98-100)

4.5 Mídia e movimento ambientalista: jogando com as armas do sistema

O Greenpeace é notícia no Jornal Nacional, faz algumas pontas no episódio da série norte-americana *The Simpsons*, coloca à venda produtos, como o CD que é uma coletânea de sons da Amazônia (veja anexos no CD-ROM), no catálogo da empresa de cosméticos Avon e no *site* Submarino (www.submarino.com.br). O ato é espetacular e performático, porque para despertar a atenção em meio a esse turbilhão de informações dos meios de comunicação de massa (MCM) e da comunicação mediada por computador (CMC), é preciso usar a linguagem do sistema. Essa é uma forma de ter voz e se fazer ouvir dentro do sistema de mídia. Para o ambientalista brasileiro Mário Mantovani, a mídia pode ser considerada uma parceira no processo de divulgação da causa.

[Os meios de comunicação] são os nossos grandes parceiros, não interessa como são: se são dirigidos, parciais ou não. Acho que a mídia tem um papel muito importante nesse processo de passagem, nesse momento que estamos vivendo. A SOS aposta muito na mídia, porque é um amplificador. Não como um parceiro ideológico, é um jeito de levar a mensagem. Queremos chegar aos jornais de bairro. Acreditamos muito nessa coisa picadinha que acontece, não é só Globo... Acho que chegar ao jornal de bairro, chegar ao jornal dirigido a uma categoria é muito importante. (URBAN, 2001, p.153)

Além de ser pauta no noticiário de massa e na rede, o Greenpeace utiliza os recursos que uma grande corporação precisa para promover e fixar sua marca na mente das pessoas. O Greenpeace conta com logotipo, publicidade nos diversos países em que atua, *sites* com versões para cada país, campanhas internacionais e locais, *e-mail marketing* e tantos outros recursos.