

O MOVIMENTO AMBIENTALISTA EM REDE: O USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PELO *GREENPEACE* COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

THE NETWORK ENVIRONMENTAL MOVEMENT: THE USE OF VIRTUAL SOCIAL NETWORKS BY GREENPEACE AS AN INSTRUMENT FOR THE PRESERVATION OF THE ENVIRONMENT

Rafael Santos de Oliveira

Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, com Estágio de Doutorado (bolsa da CAPES) na Università Degli Studi di Padova (Itália). Mestre em Integração Latino-Americana (Direito da Integração) pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Graduado em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Professor Associado I no Departamento de Direito da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, em regime de dedicação exclusiva, e no Programa de Mestrado em Direito da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, Rio Grande do Sul (Brasil).

E-mail: rafael.oliveira@ufsm.br.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9933895574541972>.

Gabriela Rousani Pinto

Pesquisadora do Centro de Estudos e Pesquisas em Direito e Internet da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM (CEPEDI), vinculada ao projeto de pesquisa intitulado Ativismo digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global. Bolsista Pibic/CNPq, Rio Grande do Sul (Brasil).

E-mail: gabrielarousanip@gmail.com.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3833601557284878>.

Yngrid Algarve Vizzotto

Foi pesquisadora do Centro de Estudos e Pesquisas em Direito e Internet da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM (CEPEDI), vinculada ao projeto de pesquisa intitulado Ativismo digital e as novas mídias: desafios e oportunidades da cidadania global. Foi bolsista Probic/CNPq, Rio Grande do Sul (Brasil).

E-mail: yngridalgarve@gmail.com.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3638339578503605>.

Submissão: 30.06.2019.

Aprovação: 02.03.2020.

RESUMO

A proporção dos desastres ambientais ocasionados pela despreocupação com a preservação ambiental culminaram na formação e no notável desenvolvimento do movimento ambientalista, em que se observa o protagonismo de ONGs como o *Greenpeace*. O movimento não esteve imune às transformações ocasionadas pelas novas tecnologias de informação, de forma que a presente pesquisa se propõe a verificar a contribuição do *Greenpeace*, junto ao movimento ambientalista, para a proteção do meio ambiente, por meio

das redes sociais virtuais. Visando a investigar as estratégias adotadas pelo *Greenpeace* para a difusão de suas campanhas, especialmente por meio do uso do *Facebook*, a presente pesquisa se constrói de forma dedutiva. Partindo, inicialmente, de uma análise ampla sobre o movimento ambientalista, analisa-se a atuação específica do *Greenpeace* por meio da observação direta e não participativa do seu site e de sua página no *Facebook*. Observa-se que os movimentos sociais, em que se insere o ambientalista, constroem-se de maneira autônoma, afastando-se controle das minorias político-econômicas que controlam o poder tradicional, necessidade que é suprida pelas mídias alternativas às tradicionais. Assim, a *internet* é ferramenta essencial na organização de campanhas, proporcionando que os internautas sejam mais facilmente protagonistas do movimento.

PALAVRAS-CHAVE: *Greenpeace*. Movimento ambientalista. Redes sociais virtuais.

ABSTRACT

The proportion of environmental disasters caused by non-concern with environmental preservation culminated in the formation and remarkable development of the environmental movement, in which the protagonism of NGOs such as Greenpeace is observed. The movement was not immune to the transformations caused by the new information technologies, so that the present research aims to verify the contribution of Greenpeace, along with the environmental movement, to protect the environment through virtual social networks. Aiming to investigate the strategies adopted by Greenpeace for the diffusion of its campaigns, especially through the use of Facebook, the present research is constructed in a deductive way. Starting from a broad analysis of the environmental movement, the specific action of Greenpeace is analyzed through direct and non-participatory observation of its website and its Facebook page. It is observed that the social movements, in which the environmentalist is inserted, are constructed in an autonomous way, moving away from the political-economic minorities that control the traditional power, a necessity that is supplied by the alternative media to the traditional ones. Thus, the Internet is an essential tool in the organization of campaigns, because their users become more easily protagonists of the movement.

KEYWORDS: *Greenpeace*. Environmental movement. Virtual social networks.

INTRODUÇÃO

A preocupação com a preservação ambiental ganhou destaque mundial a partir dos anos 1960, quando diversos desastres ambientais aconteceram por falta de estratégias de prevenção a danos. Nesse mesmo período, o movimento ambientalista começou a tomar forma e a se articular em prol da defesa do meio ambiente. A consciência de que os problemas ambientais necessitavam de ações conjuntas e globais fez com que o movimento ambientalista se desenvolvesse fortemente por meio de redes e por meio da realização de protestos, visando chamar atenção da mídia tradicional para suas causas.

A consolidação do movimento se deu após a realização da Conferência de Estocolmo, de 1972 e da Eco-92, ocasiões que também tiveram grande participação de diversas Organizações Não Governamentais (ONGs) nacionais e internacionais, que passaram a ter mais importância, nos anos 1990, do que os próprios movimentos sociais, especialmente devido à capacidade de organização de ações e pessoas, à sistematização de objetivos específicos por meio de campanhas e à adaptação às novas TICs, com destaque à *Internet*.

Com o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), o ambientalismo passou a contar com novos instrumentos de ação, reivindicação e repercussão dos ideais defendidos pelo movimento. As novas mídias apresentam inúmeras vantagens em relação às mídias tradicionais, como a possibilidade de controlar o conteúdo e o fluxo de informação, de atingir um maior número de pessoas em escala global e manter uma relação interativa com elas.

É evidente o protagonismo das ONGs na consolidação do movimento ambientalista, e essas organizações, nos últimos anos, se adaptaram às novas tecnologias, utilizando-as como meio de disseminação e mobilização em prol das causas ambientais. Uma das principais e mais atuantes ONGs ambientalistas internacionais é o *Greenpeace*, que, atualmente, utiliza a *Internet* como instrumento de denúncia, organização de campanhas, transmissão de informações e incentivo ao ciberativismo, por parte dos internautas. Diante dessa constatação, é preciso compreender como vem ocorrendo esse processo evolutivo de envolvimento do movimento ambientalista, um dos mais expressivos movimentos sociais da atualidade, com as novas tecnologias informacionais.

Diante do exposto, surge o questionamento: qual a contribuição do *Greenpeace*, junto ao movimento ambientalista, para a proteção do meio ambiente, a partir das novas mídias? Partindo-se dessa questão, buscou-se investigar, ainda que superficialmente, a evolução das estratégias adotadas pelo *Greenpeace*, com foco nas atuais técnicas de difusão de suas campanhas por meio do uso das redes sociais, especialmente, o *Facebook*. Para tanto, foi empregado o método de abordagem dedutivo, partindo-se de uma análise ampla sobre o movimento ambientalista. A partir dessa perspectiva, passou-se a analisar a atuação específica do *Greenpeace* e de algumas de suas campanhas em prol do meio ambiente. O método de procedimento foi o monográfico, tendo em vista que se procurou estudar o caso do *Greenpeace* e suas ações no ciberespaço e a técnica de pesquisa empregada consistiu em pesquisa bibliográfica associada à observação direta e não participativa no site do *Greenpeace* e em sua página no *Facebook*.

O artigo foi estruturado em três partes: a primeira versou sobre a ascensão da consciência acerca dos problemas ambientais e um breve histórico sobre o surgimento do ambientalismo e do direito internacional do meio ambiente. Na segunda parte foram abrangidos os tópicos do ambientalismo, como um novo movimento social, o protagonismo da atuação das ONGs na consolidação do movimento e a importância do uso das novas TIC como novos instrumentos de ação, reivindicação e repercussão dos ideais ecológicos. Já na terceira parte, devido à sua importância e destaque em relação às outras organizações não-governamentais, foi analisada a atuação da ONG *Greenpeace* no meio virtual, a partir de suas campanhas realizadas, a partir do ano de 2015.

1 A EVOLUÇÃO DA CONSCIÊNCIA AMBIENTAL GLOBAL: AMBIENTALISMO E O DIREITO INTERNACIONAL AMBIENTAL

O surgimento da consciência ambiental ocorreu sob influência do pós-guerra, devido à preocupação com a saúde e a qualidade de vida da espécie humana e como foram comprometidas pelos subprodutos poluentes do crescimento econômico, sendo que “o clamor sobre a qualidade ambiental foi provavelmente mais uma função de mudanças de atitude do que de mudanças no estado real do meio ambiente, mas a primeira não poderia ter ocorrido sem a última” (MCCORMICK, 1992. p. 79).

Resultado das reflexões acerca da crise ecológica global, dos impactos das agressões ao meio ambiente em escala planetária e do surgimento consciência ambiental, o ano de 1960 é considerado, por inúmeros doutrinadores internacionais, como “o ano do nascimento do direito internacional do meio ambiente” (SOARES, 2003, p. 26). De acordo com Guido Soares (2003, p. 16):

Uma revisão histórica passada demonstra que a natureza, com seus valores, foi uma descoberta da segunda metade do século XX, e os motivos parecem ser claros: lutar contra uma degradação intolerável do meio ambiente, com vistas à saúde e ao bem-estar da espécie humana. As primeiras regras jurídicas que emergiram e eram destinadas à proteção do meio ambiente, tiveram como finalidade, portanto, a proibição expressa daquelas atividades das quais resultavam efeitos danosos à saúde do ser humano. Muito posteriormente, as normas jurídicas passaram a preocupar-se com outros valores do meio ambiente, como a sanidade da vida animal e vegetal, bem como a interação necessária entre os seres vivos e seu entorno.

Também na década de 1960, em um plano de contestação contra cultural e concomitantemente ao nascimento do direito internacional do meio ambiente, surgiu o movimento ambientalista propriamente dito, que se fundamenta nas noções de que a vida na Terra é integrada e interdependente, que as outras espécies, tanto quanto o homem, têm direito à vida e a ação humana tem um forte impacto sobre o meio ambiente. “O Novo Ambientalismo se preocupa fundamentalmente com a qualidade de vida e com o modo como esta foi comprometida pelos subprodutos poluentes do crescimento econômico” (MCCORMICK, 1992, p. 79). Na concepção de Manuel Castells (1999, p. 141), ambientalismo significaria todas as formas de comportamento coletivo que visam a corrigir formas destrutivas de relacionamento entre os seres humanos e o ambiente natural, de forma a contrariar a lógica estrutural e institucional anualmente predominante.

Em meio a esse contexto, para avaliar os problemas do meio ambiente global e, mais importante, sugerir ações corretivas, foi realizada a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em junho de 1972, que se tornou um marco fundamental no crescimento do ambientalismo internacional. Foi na Conferência de Estocolmo que, pela primeira vez, “[...] os problemas políticos, sociais e econômicos do meio ambiente global foram discutidos num fórum intergovernamental com uma perspectiva de realmente empreender ações corretivas” (MCCORMICK, 1992, p. 97).

Com a presença de mais de 400 instituições governamentais e não governamentais e de 113 países, a Conferência de Estocolmo foi marcada pelo confronto entre as perspectivas propostas por países desenvolvidos, que propunham um programa voltado para a conservação de recursos naturais, e países em desenvolvimento, que propunham um rápido desenvolvimento econômico, devido às necessidades de sua condição sócio-política (MACHADO, 2006). Chegando a um consenso em relação às questões discutidas na Conferência, foram votados 7 pontos e 23 princípios, que visam a “inspirar e guiar os povos do mundo para a preservação e a melhoria do ambiente humano” (ONU, 1972).

Um fator significativo na qualidade da Conferência de Estocolmo foi a participação das Organizações Não Governamentais (ONGs) internacionais na discussão das questões do meio ambiente, pois essas organizações, além de congregarem cientistas conscientes da situação ambiental global, tornaram-se representantes da opinião pública. As ONGs, por meio de sua capacidade de exercer pressão política, mobilizar e sensibilizar setores da mídia internacional, converteram-se em atores relevantes que potencializam a capacidade de

influenciar e pressionar comportamentos de governos nacionais, organismos internacionais e demais agências bilaterais e multilaterais (JACOBI, 2000).

De acordo com John McCormick (1992, p. 111), na Conferência de Estocolmo, as ONGs tiveram pouca influência no encontro em si e nem sempre conseguiram concretizar tanta influência quanto poderiam ter nos fóruns da Organização das Nações Unidas, mas houve um rápido crescimento do número e da qualidade das ONGs na década pós-Estocolmo. A conferência não somente colocou as ONGs nacionais em contato umas com as outras, mas enfatizou o fato de que enfrentavam problemas comuns que podiam ser uma resposta combinada.

Na mesma linha, Guido Soares (2003, p. 46) comenta que, na referida conferência, as ONGs ganharam espaço na mídia mundial ao se oporem aos representantes oficiais dos Estados nas reuniões internacionais, tornando-se importantes fatores de formação à conscientização da opinião pública mundial sobre as questões ambientais, em âmbito internacional.

Com a evolução do movimento ambientalista e do direito internacional, bem como da emergência de novas problemáticas ambientais, foi realizada a Conferência Mundial da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio-92, que ocorreu em junho de 1992. A Rio-92 reuniu 104 reis, rainhas e chefes de estado, acompanhados de mais de 10 mil delegados de 179 países. Entretanto, novamente, ficaram evidentes as dificuldades consensuais entre os Estados. Em geral, os governos do Norte "não estavam convencidos da necessidade de reestruturar profundamente as relações políticas e econômicas internacionais" (LEIS, 1996, p. 45), enquanto alguns dos países do Sul tampouco facilitaram "a obtenção de acordos globais, ficando presos às defesas de suas 'soberanias' e à lógica de um mundo polarizado em torno do eixo Norte-Sul" (LEIS, 1996, p. 46).

Apesar dos obstáculos para construir consensos ambientalistas por parte da comunidade política internacional, na Conferência, fora redigida a Agenda 21, que "constitui a mais abrangente tentativa, já realizada, de promover, em escala planetária, um novo padrão de desenvolvimento, denominado 'desenvolvimento sustentável'" (BRASIL, 1992), um dos pilares do ambientalismo. De acordo com Washington Novaes (2003, p. 324), o documento tratava desde os padrões de produção e consumo à luta para erradicação da pobreza do mundo, além das políticas de desenvolvimento sustentável, "passando por questões como dinâmica demográfica, proteção à saúde, uso da terra, saneamento básico, energia e transportes sustentáveis, eficiência energética, poluição urbana, proteção a grupos

desfavorecidos, transferência de tecnologia dos países ricos para os pobres, habitação, uso da terra, resíduos (lixo) e muito mais”.

Apesar da importância da Agenda 21, “o ponto mais alto dos acontecimentos de junho de 1992 foi a emergência e legitimação do papel da sociedade civil planetária frente à crise socioambiental global, em um mundo governado pelos atores e as regras do mercado e da política” (LEIS, 1996, p. 57). Cerca de nove mil jornalistas foram credenciados para cobrir o maior evento de todos os tempos até então, e também os encontros paralelos, com destaque para o Fórum Global, que reuniu 12.000 representantes de 5.600 ONGs de 165 países.

As ONGs, como representantes da sociedade global, protagonizaram as discussões acerca das problemáticas socioambientais, dando uma perspectiva diferente da econômica, problematizada pelos governos. Os “resultados do Fórum Global, que convocou mais de 2500 entidades representativas da sociedade civil, originárias de mais de 150 países, [...] devem ser avaliados como um avanço extraordinário no plano da consciência mundial” (LEIS, 1996, p. 57). O Fórum Brasileiro de ONGs e Movimentos Sociais para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (FBOMS) explica, em seu relatório sobre a Conferência, que a participação das organizações proporciona uma densidade organizacional à sociedade civil, tornando a questão ambiental mais próxima das realidades locais, para que ela possa estabelecer um efetivo controle social sobre a utilização dos recursos naturais e sobre os rumos do desenvolvimento (LEIS, 1996, p. 57).

Os processos de discussão e negociação dos problemas globais de meio ambiente e desenvolvimento, tratados na Conferência de Estocolmo e na Rio-92, demonstraram que hoje, tanto na construção de consensos quanto na procura de soluções técnicas, é necessária a contribuição de outros atores, como as organizações não governamentais (VIOLA, 1994).

Na próxima parte serão abrangidos os tópicos do ambientalismo, como um novo movimento social, o protagonismo da atuação das ONGs na consolidação do movimento e a importância do uso das novas TIC como novos instrumentos de ação, reivindicação e repercussão dos ideais ecológicos.

2 MOVIMENTOS SOCIAIS AMBIENTAIS, AS ONGS E O USO DAS NOVAS MÍDIAS

O conceito de movimento social se refere à ação social coletiva de um grupo organizado que objetiva alcançar mudanças sociais por meio do embate político, conforme

seus valores e ideologias dentro de uma determinada estrutura social e de um contexto específicos. Segundo Pierre Bourdieu (2002, p. 23), os movimentos sociais criam e recriam formas de ação originais de forte conteúdo simbólico, orientando-se por objetivos precisos e concretos para a vida social e exaltando a solidariedade, que é o princípio da maioria de suas lutas.

O século XIX pode ser citado como o século em que os movimentos sociais conquistaram uma grande unidade e emergiram na história brasileira como fenômenos sociais amplos. Os levantes e insurreições populares ocorridos na primeira metade do século XIX, como a Noite das Garrafadas no Rio de Janeiro, em 1831, e a Balaiada no Maranhão, ocorrida entre 1838 e 1841, embora registrados na História como fatos isolados e sem maiores implicações, foram fundamentais para a construção da cidadania sociopolítica do país e para a independência de diversos setores. Segundo Maria da Glória Gohn (2013, p. 16), historicamente, eles têm contribuído para organizar e conscientizar a sociedade, com certa continuidade e permanência.

Os movimentos sociais, em uma concepção moderna, constituem-se como um dos sujeitos sociopolíticos presentes no associativismo no Brasil porque eles foram, e ainda são, as bases de muitas ações coletivas no Brasil a partir de 1970 gerando solidariedade social e coesão. Conforme Manuel Castells (2009, p. 412), os movimentos sociais criam a possibilidade de produzir um outro mundo, em contraste com a reprodução de normas e disciplinas incorporadas em instituições da sociedade. Ao trazer novas informações, novas práticas e novos atores no sistema político, insurgentes políticos desafiam a inevitabilidade da política como de costume e regeneram as raízes da democracia.

Como anteriormente dito, ao longo da história, os movimentos sociais são produtores de novos valores e objetivos em torno dos quais as instituições da sociedade se transformaram a fim de se adaptar a esses valores, desenvolvendo a conscientização e criando novas normas para organizar a vida social. Para isso, é necessário que os movimentos sociais se construam de maneira autônoma, longe do controle das minorias político-econômicas que controlam o poder tradicional.

Como a mídia em massa é amplamente controlada por governos e empresas, os movimentos sociais passaram a utilizar os novos meios de informação e comunicação, principalmente a *Internet*, pois eles fornecem uma maior liberdade e capacidade de organização e autodesenvolvimento. Ou seja, “as redes sociais digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma amplamente desimpedida”

(CASTELLS, 20013, p. 14). Além disso, o ambiente digital proporciona uma maior mobilização de ideias e valores, o que gera uma maior aprendizado coletivo. Como observa Maria da Glória Gohn (2013, p. 335-336), atualmente é inegável a forte atuação dos movimentos sociais via *internet*, tendo em vista que se expressam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a *Internet*, exercitando o agir comunicativo. A criação e o desenvolvimento de novos saberes, na atualidade, são também produtos dessa comunicabilidade.

Um dos mais expressivos movimentos sociais é o ambientalismo, que surgiu em um contexto de pós-Revolução Industrial e pós-Guerra, que geraram consequências gravíssimas para o meio ambiente e para a qualidade de vida humana.

O movimento ambientalista surge em decorrência das novas situações potencialmente danosas que a modernidade avançada faz emergir e é o movimento social que mais se destaca na utilização das novas mídias para a divulgação dos seus propósitos, pois as mesmas possibilitam o ativismo digital, por meio de campanhas que chamam a atenção para temáticas globais específicas e ações que ganham dimensões concretas e auxiliam na propagação e adesão aos projetos defendidos pelo movimento.

Segundo Manuel Castells, “[...] boa parte do sucesso do movimento ambientalista deve-se ao fato de que, mais do que qualquer outra força social, ele tem demonstrado notável capacidade de adaptação às condições de comunicação e mobilização apresentadas pelo novo paradigma tecnológico” (CASTELLS, 1999, p. 161). O ambientalismo, por meio da *Internet*, passa a interagir diretamente com os apoiadores da causa. O meio virtual permite ao movimento ativista ambiental um maior fluxo informacional e uma ampliação significativa na luta por direitos, na divulgação de causas e na busca pela conscientização através da *Internet*, possibilitando, para qualquer cidadão global, o acesso às informações referentes à problemática ambiental.

Atualmente, como igualmente ocorrido com alguns outros movimentos sociais, o movimento ambientalista é organizado e representado, na maioria das situações, por ONGs (GOHN, 2013, p. 85). Nesse contexto, as ONGs surgem como principal fonte de elaboração de novos direitos e de visões desejáveis de sociedade, devido a sua grande capacidade de organização estrutural e funcional. Segundo Rafael Santos de Oliveira (2010, p. 58):

Deve-se atentar que o crescimento das ONGs ocorreu em face da internacionalização dos grandes problemas contemporâneos, sendo que as

mesmas acabam auxiliando a resolver certas demandas não atendidas satisfatoriamente pelos órgãos sujeitos ao monopólio estatal. Isso se deve, especialmente, pelo fato de atuarem no cenário internacional com muito mais rapidez do que o próprio Estado.

Ricardo Seitenfus (1997, p. 253) enfatiza que as questões ambientais constituem “campo onde atuam as ONGs internacionais. Entre os organismos mais ativos e importantes está o *Greenpeace*. Sua atuação consiste na denúncia dos atentados ao meio ambiente e em ações pontuais contra situações consideradas inaceitáveis”. Gilberto Dupas (2005, p. 168), também observa que movimentos como o *Greenpeace* reivindicam uma parte da soberania não estatal, lutando pela responsabilidade global sobre o meio ambiente, em oposição à indiferença dos Estados e da economia mundial. Eles justificam seu mandato por seu engajamento em favor dos problemas essenciais da humanidade e enfrentam, se necessário, o direito nacional – com o auxílio das mídias – par alarmar a opinião pública e fazê-la reagir.

Devido ao grande destaque do *Greenpeace* entre os demais atores não-governamentais, principalmente por promover estratégias de ação diretas, bem como pressionar os Estados durante conferências internacionais e a relação intrínseca entre as conquistas do movimento ambientalista por meio da utilização da *Internet*, na terceira parte do artigo, será analisada a atuação da ONG *Greenpeace* no meio virtual, a partir de suas campanhas no ano de 2015.

3 *GREENPEACE*: BREVE HISTÓRICO E ANÁLISE DAS CAMPANHAS NO *FACEBOOK*

O *Greenpeace* é uma organização sem fins lucrativos que busca a proteção dos diversos ecossistemas mundiais por meio do protagonismo de cada cidadão, a partir da conscientização acerca do seu papel diante das questões ambientais. Além disso, a organização assume um compromisso com a paz e com a mudança de comportamentos prejudiciais tanto à sociedade global quanto ao meio ambiente. Para que seus objetivos sejam alcançados, a organização conta com três alicerces que servem de base para a sua atuação: independência, não violência e engajamento.

A independência, nesse sentido, é traduzida por autonomia financeira. O *Greenpeace* não aceita doações de quaisquer governos, partidos políticos ou empresas e se sustenta a partir da contribuição voluntária de seus apoiadores em todo o mundo. Essa autonomia garante o livre posicionamento e a ação compromissada unicamente com o meio ambiente.

O *Greenpeace* foi criado em 1971, quando um grupo de ativistas engajados com a causa ambiental saiu de Vancouver, no Canadá, em direção à Ilha Amchitka, no Alasca, a fim de impedir uma série de testes nucleares que estavam prestes a ser realizados pelos Estados Unidos (GREENPEACE, 2019). O grupo de 12 pessoas, composto de ambientalistas, hippies e jornalistas, foi, infelizmente, barrado pela guarda costeira estado-unidense e não pode concluir seu objetivo.

Apesar de não ter sido vitoriosa no impedimento do teste nuclear, que ocorreu apesar dos apelos, a viagem também não foi inteiramente malsucedida, já que a ação tomou espaço na mídia e conseguiu o apoio popular. Essa pressão conseguiu suspender os testes nucleares na ilha, tornando-a santuário dos pássaros. Desde sua primeira ação, o *Greenpeace* percebeu o poder da mídia e da pressão popular para a vitória das causas ambientais. A partir daí, todas as futuras campanhas se tornariam espetaculares, com o objetivo de atrair a atenção da mídia e, em consequência, da sociedade civil.

Um exemplo de ação espetacular ocorreu em 7 de setembro de 2011, no Polo Norte. A referida ação consistiu na releitura do Homem Vitruviano, obra de Leonardo Da Vinci, no gelo do Ártico com tubos de cobre. A arte, entretanto, estava propositalmente incompleta, sem as pernas e um dos braços, que deveriam estar colocados onde o gelo já havia derretido. John Kigley foi o artista responsável pela releitura, a que chamou “Homem Vitruviano derretendo” (GLOBO NATUREZA, 2011). A arte, que tinha o tamanho de quatro piscinas olímpicas, visava, de forma criativa e exclusiva, chamar atenção para o aquecimento global e o modo como esse fenômeno acabaria por destruir também a civilização humana. A ação foi conduzida, pois, naquele ano, a camada de gelo no Ártico quase foi reduzida ao seu recorde negativo.

No Brasil, o barco Rainbow Warrior desembarcou 21 anos depois da primeira ação da organização, em Angra dos Reis, a fim de impedir a construção da usina nuclear de Angra 1. Ocorrida no dia 26 de abril de 1992, a ação se baseou na fixação de 800 cruzeiros no pátio da usina representando as 800 pessoas mortas no acidente nuclear de Chernobyl, em 1986. Embora não tenha impedido a criação da usina, a data marcou a instalação do *Greenpeace* no Brasil, que atualmente conta com três escritórios – em Manaus, São Paulo e Brasília – e mais de cem funcionários (GREENPEACE, 2016). Mostra-se, a partir desses dois exemplos da conduta do *Greenpeace*, a busca da conscientização por meio de ações criativas e chocantes, sempre marcadas pela ausência de violência e busca pela atenção da mídia.

Atualmente diversas campanhas estão sendo conduzidas pelo *Greenpeace* Brasil, todas voltadas para o cumprimento das missões e valores firmados pela organização, especialmente a proteção do ecossistema amazônico, o compromisso com a implementação de fontes de energia renováveis, a defesa dos oceanos, a luta pela paz e a adoção da agricultura sustentável.

3.1 COMO ATUA O GREENPEACE?

O *Greenpeace*, como importante organização global ambientalista, emprega diversas estratégias midiáticas para atingir seus objetivos e cumprir a missão a que se propõe. As estratégias do movimento não são ocasionais. Todas as campanhas são articuladas para obter repercussão, por meio de uma estratégia político-midiática.

Antigamente, na mídia tradicional, eram feitas “ações diretas espetaculares”, ou seja, atos repetidos à exaustão, sempre mudando a sua forma na busca do inusitado, como subir em lugares que são marcos de determinados países ou cidades para exibir cartazes imensos. Entretanto, nem sempre a mídia tradicional dá a atenção necessária às causas ambientais, ou, quando dá, as informações são imprecisas, distantes da linguagem comum e, até mesmo, distorcidas acerca dos fatos.

Devido às desvantagens da mídia de massa, o *Greenpeace* passou a utilizar os novos meios de comunicação, principalmente a *Internet*, para a organização e divulgação das campanhas e a comunicação com a sociedade civil. Utilizando seu *site* oficial e as redes sociais, os ativistas da ONG reproduzem e sintetizam as notícias e campanhas a fim de atingir o maior número de pessoas em um curto período de tempo e, além disso, proporcionam uma maior interação com as campanhas, incentivando atitudes em seus internautas. De acordo com Manuel Castells, "a *Internet* aumenta a capacidade de uma organização para difundir a sua mensagem. Não só as páginas *web* fornecem informações para os visitantes do site, mas os próprios visitantes são incentivados a envolver-se em difusão viral das informações"¹ (CASTELLS, 2009, p. 326).

Analisada no período de 2015, a página do *Greenpeace* Brasil no *Facebook* atingiu aproximadamente 1,67 milhão de curtidas e continha um grande número de informações atualizadas sobre a questão, com notícias e os próximos passos para as ações. Atualmente, em

¹ Tradução livre do trecho: The Internet increases the ability of an organization to disseminate its message. Not only do web sites provide information for visitors to the site, but visitors are encouraged to engage in viral diffusion of the information.

2019, as interações com a página duplicaram, atingindo 3,2 milhão de curtidas. Em 2015, as atividades da ONG concentraram-se principalmente, acerca de quatro campanhas centrais: Solariza, Salve o Ártico e, como principal foco, Desmatamento Zero. Todas possuem estratégias próprias, que visam, ao mesmo tempo, a informar e a conscientizar acerca da problemática dos temas, promovendo cada vez maior adesão às causas.

3.1.1 Campanha Solariza

A campanha Solariza é uma das campanhas que buscam soluções ecológicas e socialmente corretas para os problemas da população brasileira. O ano de 2015 foi marcado pela grave crise hídrica que atingiu o Brasil, fato que prejudicou a geração de energia, já que mais de 85,6% da energia elétrica brasileira é proveniente das usinas hidrelétricas (ANEEL, 2008, p. 57). Como solução, o governo brasileiro optou por incrementar a produção elétrica com usinas termelétricas, baseadas na queima de carvão, caracterizadas pelo alto custo e degradação ambiental. A medida ignora o potencial brasileiro para fontes renováveis de energia, como a solar e eólica.

Dados da Empresa de Pesquisa Energética (EPE) mostram que, se todo o potencial de geração de eletricidade nas residências brasileiras fosse aproveitado por meio painéis fotovoltaicos, seria produzido o suficiente para abastecer mais de duas vezes o atual consumo residencial de energia elétrica. Esse aproveitamento também abriria a possibilidade de geração de, aproximadamente, seis milhões de novos postos de trabalho diretos e indiretos. E significaria uma economia de cerca de R\$95 bilhões por ano para a população (EPE, 20015).

É com base nisso que a organização lançou a campanha como um desafio ao governo Federal, para que, até 2020, 1 milhão de tetos solares sejam instalados no Brasil. Esse número representaria apenas 1,5% de todos os municípios brasileiros, mas, ainda assim, seria possível desligar as termelétricas de Piratininga (SP) e Candiota (RS). Para facilitar o acesso da população a painéis fotovoltaicos, o *Greenpeace* criou uma petição que pretende alterar a forma de incidência do ICMS (Imposto Sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços) na geração de eletricidade do mini e microgerador, aumentando os ganhos do cidadão que gera sua própria energia.

A estratégia de divulgação dessa campanha consistiu em um jogo *online*, que carregava o nome da campanha, com acumulação de pontos, cujo objetivo era mapear o potencial energético do Brasil. A pontuação era feita de acordo com a frequência de acesso ao

jogo, o número de casas mapeadas e a obtenção de assinaturas para a petição, que também se encontravam no *site*.

O simulador possuía várias missões para incentivar a interação dos usuários. Em um primeiro momento, o participante treinava a instalação solar e, em seguida, passava a experiência à frente para mais pessoas e, assim, o sistema convertia em valores poupados a partir da utilização de energia solar. A cada seis milhões de telhados solarizados no simulador, o *Greenpeace* instalava painéis fotovoltaicos em uma entidade beneficente.

O Solariza igualmente serviu como ferramenta de pressão política. Com os dados obtidos, além de outras pesquisas, os ativistas confeccionaram o estudo Alvorada – Como o incentivo à energia solar fotovoltaica pode transformar o Brasil. O estudo demonstrou os impactos da utilização da fonte alternativa de energia, bem como os meios que poderiam ser eleitos pelo governo para incentivar o abandono gradual das hidrelétricas.

3.1.2 Salve o Ártico: *People vs. Shell*

A campanha “Salve o Ártico” buscava assinaturas a fim de pressionar grandes companhias de extração de petróleo para que cessassem as atividades petroleiras no Ártico. A extração do petróleo do Ártico era um jogo de azar, pois expunha a fauna e a flora ao risco constante de ruptura da superfície. O acidente causaria o fim do ecossistema na região, uma vez que a grande camada de gelo impediria a contenção do vazamento, que poderia ocorrer por anos até ser controlado.

Uma campanha pontual de âmbito internacional foi denominada *People vs Shell* e pretendeu evitar que a Plataforma *Pioneer*, da *Shell*, perfurasse o Ártico, o que colocaria em risco o equilíbrio ecológico da região, além de agravar o aquecimento global. Para obter uma maior visibilidade, o *Greenpeace* organizou o Movimento Internacional *People vs Shell*, que ocorreu em mais de 40 países no dia 30 de junho de 2015, com manifestações combinadas previamente via redes sociais e cartazes-padrão oferecidos pela ONG. Ademais, como estratégia de *marketing* para atingir o marco de 10 milhões de assinaturas, inúmeras celebridades foram fotografadas vestindo camisetas com o nome da campanha estampado.

A campanha foi vitoriosa no ponto em que, no dia 28 de setembro de 2015, a *Shell* anunciou a sua saída do Ártico com grandes prejuízos financeiros e uma péssima reputação mundial devido à insistência em atividades que colocariam em risco o ecossistema da região. A empresa, supostamente, teria se retirado por não ter obtido descobertas significativas na

região, mas a pressão por parte de ambientalistas e da sociedade civil foi crucial para a desistência da petroleira e essa vitória tem importância significativa na busca de novas conquistas por parte do movimento Salve o Ártico.

Durante os anos de atividades, a campanha conseguiu a saída da empresa e suas plataformas de extração, mas o objetivo é a proteção permanente do continente. Para isso, o *Greenpeace* ainda objetiva a criação de um santuário global nas águas ao redor do Polo Norte, ficando dessa forma proibida a extração mineral e a pesca industrial.

3.1.3 Desmatamento Zero

O Desmatamento Zero é uma campanha em andamento desde o ano de 2012, que consiste na conscientização da população brasileira sobre a importância de manter intactas as florestas brasileiras, levando em consideração as grandes perdas que a flora do país já sofreu. Além disso, logrou êxito em levar um projeto de lei ao Congresso Nacional que proibisse o desmatamento nas florestas brasileiras, para o que necessitava da assinatura de 1% dos eleitores brasileiros.

O projeto de lei proíbe o corte de mata nativa e impedir a emissão de novas autorizações pra desmatar, com exceção à agricultura familiar, que terá um prazo maior para se adaptar, e às populações tradicionais e indígenas, que continuarão regidas por legislação específica. O desenvolvimento sustentável da agricultura e da pecuária também é um dos objetivos visados pelo projeto.

Essa campanha existe desde 2012, mas a petição só atingiu 1,4 milhão de assinaturas devido à intensa campanha feita pelo *Facebook*, com imagens impactantes, *hashtags* e com o Desafio Salve as Florestas para a coleta de assinaturas. Com a utilização de soma de pontos, conquistados com o compartilhamento da petição, participação na atividade apresentada no *site* e a participação dos desafios propostos, essa gincana cultural oferece ao ganhador uma viagem à Amazônia como prêmio.

Um dos primeiros resultados do Desafio Salve as Florestas foi o Dia de Mobilização Nacional pelo Desmatamento Zero, ocorrido no dia 25 de julho, em mais de 160 cidades no Brasil (GREENPEACE, 2015). A mobilização foi organizada no próprio *site*, utilizando-se um mapa interativo, onde era possível cadastrar as mobilizações locais e nas redes sociais, em que foram criados grupos destinados à discussão da logística de cada ato. Cartazes padrões

também eram disponibilizados pelo *Greenpeace* para uniformizar e deixar visível o logo da campanha em todas as cidades.

Com 1.418.670 assinaturas, no dia 7 de outubro de 2015, o *Greenpeace* entregou à Comissão de Legislação Participativa da Câmara dos Deputados e à Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa do Senado Federal o Projeto de Lei do Desmatamento Zero (BRASIL, 20015). Contudo, até o ano de 2019, o referido projeto não foi levado à votação.

3.2 ANÁLISE DAS INTERAÇÕES ENTRE O *GREENPEACE* E OS INTERNAUTAS NO *FACEBOOK*

As redes sociais *online* se portam como catalisadores das relações, uma vez que possibilitam o contato direto de pessoas diferentes e a longas distâncias. Essas mídias possibilitam a existência de novas formas de sociabilidade causando uma ruptura no que era considerado convencional e culturalmente aceito, por meio do poder da comunicação, possibilitando, assim, mudanças na esfera social e, conseqüentemente na esfera econômica e política. Conforme Valdir José Morigi e Cleusa Pavan², a partir da utilização dessas tecnologias, novas formas de *sociabilidade* são criadas e recriadas por meio das novas formas de interação, novos hábitos sociais, novas identidades. As relações sociais entre os indivíduos deixaram de ocorrer estritamente face a face, em local e tempo definido. As relações sociais tornaram-se independentes de espaço e tempo determinado, passaram a serem mediadas pelo computador, por meio da *Internet*.

O poder da comunicação entre os atores sociais também é defendido por Manuel Castells (2009, p. 300), que versa:

A mudança cultural é uma mudança de valores e crenças processados na mente humana em uma escala grande o suficiente para afetar a sociedade como um todo. A mudança política é uma adoção institucional dos novos valores que difundem em toda a cultura de uma sociedade. [...] As alterações não são automáticas. Elas são o resultado da vontade de atores sociais, guiados por suas capacidades emocionais e cognitivas em sua interação com o outro e com o meio ambiente. Nem todos os indivíduos se envolvem no processo de mudança social, mas, ao longo da história, há sempre pessoas que o fazem, tornando-se atores sociais.³(tradução nossa).

³ Cultural change is a change of values and beliefs processed in the human mind on a scale large enough to affect society as a whole. Political change is an institutional adoption of the new values diffusing throughout the culture of a society. [...] Changes are not automatic. They result from the will of social actors, as guided by their

Atento a essa potencial ferramenta para mudanças o *Greenpeace* passou criar estratégias de interação com os internautas. A nova sociabilidade é esperança, ao aproximar as distâncias globais entre simpatizantes de uma mesma causa. Entretanto, ao aproximar também as diferenças, causa certos desencontros entre opiniões. Os usuários não estão habituados a confrontar-se com o diferente e, ainda menos, a respondê-lo de forma consciente e argumentativa.

A *Internet* é o *habitat* ideal para a disseminação de quaisquer ideias, sejam políticas, filosóficas ou sociais. É também o nicho ideal para a divulgação de discursos falsos e falaciosos. Portanto, ao analisar um ambiente de tamanhas discrepâncias, é preciso considerar as diversidades de opiniões e a quantidade quase nula de fatos e informações embasadas.

Não se pode ignorar a relevância do *Facebook*, que atualmente se posiciona sendo a mais abrangente rede social, como ferramenta de construção – e desconstrução – social. É possível afirmar que a grande quantidade de membros, a facilidade de acesso e a rápida disseminação de informações são fatores cruciais para que a rede tenha se tornado um dos principais meio de formação de opinião e, até mesmo, de estímulo ao ativismo.

Por essas características, tem se tornado também o principal meio de divulgação de ideias, utilizado largamente tanto para o *marketing* de empresas e a venda de produtos, quanto para a disseminação de campanhas de cunho político, social e também ambiental. Tomando posse de tais conhecimentos, o *Greenpeace* adere a essa tecnologia, submergindo nesse meio a fim de alcançar uma maior eficácia em suas campanhas.

Faz-se necessário ressaltar que a análise desta parte será focada no ambiente brasileiro e, portanto, na página oficial do *Greenpeace* no *Facebook*, denominada “*Greenpeace* Brasil”. Contando com 2.071.984 usuários seguindo a sua página no momento da observação, a amplitude do perfil citado supera as expectativas, especialmente quando comparado ao oficial “*Greenpeace International*”, que contava com 2.509.637 seguidores. Tal fato demonstra a grande influência da organização no Brasil.

A página, de modo geral, realiza quatro publicações por dia, geralmente nos horários de maior acesso no *Facebook*⁴, todas contando com um *link* que redireciona o visitante para o *site* oficial do *Greenpeace* Brasil. Acompanhando o *link*, um texto explica de forma clara e

emotional and cognitive capacities in their interaction with each other and with their environment. Not all individuals engage in the process of social change, but throughout history there are always individuals who do, thus becoming social actors.

⁴ De acordo com pesquisa realizada pelo portal Scup Ideas, em 2012, os horários nobres de acesso no *Facebook* são entre as 20h e 21h, sendo que o horário entre às 11h e 12h também tem destaque em acessos.

resumida o objetivo da campanha em divulgação. Com paisagens que ilustram o objeto da postagem, os chamamentos têm grande caráter apelativo. Segundo Manuel Castells (1999, p. 300), em um mundo cada vez mais saturado de informações, as mensagens mais eficientes são também as mais simples e mais ambivalentes, de modo a permitir que as pessoas arrisquem suas próprias projeções.

Esse modelo de postagem está de acordo com o que se espera para anúncios em redes sociais. O visitante utiliza o *site* em seu momento de lazer e, portanto, não está interessado em textos grandes, cheios de informações truncadas; procura, sim, informações prontas e de simples entendimento, frases curtas e objetivas.

O *Greenpeace* Brasil, inequivocamente, faz uso desse conhecimento e adiciona ainda o aspecto de apelação. De forma sucinta, comove e coloca o leitor como protagonista da campanha em questão, valorizando o seu engajamento como parte essencial do projeto. Os internautas, identificando-se emocionalmente com as causas, tornam-se uma importante força para a remodelação da sociedade. Segundo Manuel Castells (2013, p. 14), os atores da mudança social são capazes de exercer influência decisiva utilizando mecanismos de construção do poder que correspondem às formas e aos processos do poder na sociedade em rede. Envolvendo-se na produção de mensagens nos meios de comunicação em massa e desenvolvendo redes autônomas de comunicação horizontal, os cidadãos da era da informação tornam-se capazes de inventar novos programas para suas vidas com as matérias-primas do seu sofrimento, suas lágrimas seus sonhos e esperanças.

Por meio desse método, a página tem criado postagens que repercutem fortemente por meio do compartilhamento dos usuários, em que opiniões diversas são geradas e dissipadas. Em média, as postagens da página superam duas mil avaliações e contam com centenas de compartilhamentos, além de dezenas de comentários com opiniões diversas sobre a campanha e sobre a ONG como um todo.

As interações são, em geral, positivas, com mensagens de apoio à causa ambiental, com anseios de participação e princípios de engajamento. Muitas pessoas elogiam a movimentação do *Greenpeace*, relatam já estar participando da campanha e questionam sobre quais outras medidas poderiam ser tomadas ou exigidas, local ou nacionalmente. Esse tipo de comentário demonstra o engajamento que a informação oferecida pelo *Facebook* possibilita, não obstante, expõe a face consciente e preocupada de uma população que, talvez por falta de informação, não se vê como agente de transformação, por não saber como proceder para efetivamente apoiar a questão ambiental.

É possível perceber, também, que os usuários, entre si, promovem discussões e respondem aos seus questionamentos, ajudando ou contrariando uns aos outros. Esse caráter interativo promove a construção de novas ideias, bem como a reciclagem de ideias inverídicas ou equivocadas.

Em via oposta, existem as interações negativas, com respostas baseadas em críticas à atuação do *Greenpeace* e em discursos de crítica ou descrença com relação à omissão governamental. Apesar disso, a interação que a rede social possibilita é importante para a articulação de campanhas locais e nacionais, para conscientização e, sobretudo, para despertar o senso crítico e o poder gerador de mudanças exercido pela sociedade civil.

CONCLUSÃO

O emprego das novas tecnologias de informação e comunicação como ferramenta de tutela do meio ambiente vem permitindo um maior fluxo informacional e uma conseqüente ampliação da luta por direitos, assim como a divulgação da causa ambientalista e de conscientização da sociedade, por esse motivo o ciberativismo do movimento ambientalista é paradigmático.

Atualmente, a ligação do movimento com a mídia não se resume à mídia tradicional (jornal, TV, rádio), mas tem-se ampliado para o meio virtual. A existência de diversas redes sociais virtuais do *Greenpeace*, principalmente o *Facebook*, além de seu *site* com campanhas e petições *online*, demonstram que essa mídia é essencial para buscar alguma conscientização social e política sobre a agenda ambiental. A análise das estratégias empregadas pelo *Greenpeace* em seu *site* e no *Facebook* demonstra que a relação de simbiose entre o movimento ambientalista e a mídia vem aumentando a cada dia.

Todavia, ainda que as estratégias venham se aperfeiçoando e ganhando novos elementos, não imaginados à época do surgimento do movimento, ainda há muito que se evoluir para uma efetiva proteção ambiental. Constatou-se que o *Greenpeace* atua em diversas frentes, mas periodicamente busca focar sua atenção em campanhas específicas. Ao adotar essa postura, aproveita momentos políticos favoráveis para criar um material de divulgação da causa, visando explicar as conseqüências da falta de cuidado com o meio ambiente.

Por outro lado, ainda que a facilidade de aderir à causa ambiental tenha sido facilitada pelas novas mídias e a sociedade civil, a partir da *Internet*, venha, aos poucos, se compondo de ativistas sociais, não se pode garantir que os efeitos nocivos ao meio ambiente estejam

diminuindo, mormente pela necessidade de que atitudes digitais estejam amparadas em movimentações tangíveis.

REFERÊNCIAS

ANEEL. *Atlas da Energia Elétrica do Brasil*. Brasília: ANEEL, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *Contrafogos - 2: Por um movimento social europeu*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. *Agenda 21 Global*. 1992. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>. Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. Senado Federal. *Sugestão de Lei n.º 6, de 2015*. Institui o desmatamento zero no País e dispõe sobre a proteção das florestas nativas. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/123677>. Acesso em: 29 jun. 2019.

CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DUPAS, Gilberto. *Atores e Poderes na Nova Ordem Global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação*. São Paulo: UNESP, 2005.

EPE. *Inserção da Geração Fotovoltaica Distribuída no Brasil – Condicionantes e Impactos*. 2015. Disponível em: [http://www.epe.gov.br/mercado/Documents/S%C3%A9rie%20Estudos%20de%20Energia/DEA%2019%20-%20%20Inser%C3%A7%C3%A3o%20da%20Gera%C3%A7%C3%A3o%20Fotovoltaica%20Distribu%C3%ADa%20no%20Brasil%20-%20Condicionantes%20e%20Impactos%20VF%20%20\(Revisada\).pdf](http://www.epe.gov.br/mercado/Documents/S%C3%A9rie%20Estudos%20de%20Energia/DEA%2019%20-%20%20Inser%C3%A7%C3%A3o%20da%20Gera%C3%A7%C3%A3o%20Fotovoltaica%20Distribu%C3%ADa%20no%20Brasil%20-%20Condicionantes%20e%20Impactos%20VF%20%20(Revisada).pdf). Acesso em: 23 jun. 2019.

FBOMS. Meio ambiente e desenvolvimento. *Uma visão das ONGs e dos Movimentos Sociais Brasileiros: Relatório do Fórum de ONGs Brasileiras preparatório para a Conferência da Sociedade Civil sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento*. Fórum de ONGs Brasileiras. Rio de Janeiro: O Fórum, 1992

GLOBO NATUREZA. *Artista recria a obra de Da Vinci no Ártico por alerta à mudança do clima*. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2011/09/artista-recria-obra-de-da-vinci-no-artico-em-alerta-mudanca-do-clima.html>. Acesso em: 05 maio 2019.

O MOVIMENTO AMBIENTALISTA EM REDE: O USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PELO GREENPEACE COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

GOHN, Maria da Glória. *Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. *Revista Brasileira de Educação*, v. 16, n. 47, maio-ago, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2019.

GREENPEACE. *20 anos em ação*. 2016. Disponível em: <http://www.Greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/20-anos-em-acao/>. Acesso em: 05 maio 2019.

GREENPEACE. *Dia da Mobilização Nacional pelo Desmatamento Zero*. 2015. Disponível em: <http://www.Greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/Dia-da-Mobilizacao-Nacional-pelo-Desmatamento-Zero/>. Acesso em: 23 jun. 2019.

GREENPEACE. *O surgimento do Greenpeace*. 2019. Disponível em: <http://www.Greenpeace.org/brasil/pt/quemsomos/Greenpeace-no-mundo/>. Acesso em: 13 jun 2019.

JACOBI, Pedro. Meio ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas. *Revista de Administração Pública*. v. 34, n. 6, 2000. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6353/4938>. Acesso em: 25 jun. 2019.

LEIS, Héctor Ricardo. *O labirinto: ensaios sobre ambientalismo e globalização*. São Paulo: Gaia; Blumenau: Fundação Universidade de Blumenau, 1996.

MACHADO, Aletheia de Almeida. A. *Ambiental internacional: A construção social do acidente químico ampliado de Bhopale da convenção 174 da OIT*. Rio de Janeiro, vol. 28, no 1, janeiro/junho 2006.

MCCORMICK, John. *Rumo ao Paraíso: A História do Movimento Ambientalista*. Rio de Janeiro: Relume-Dumerã, 1992.

MORIGI, Valdir José; PAVAN, Cleusa. Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 33, n. 1, Apr. 2004 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000100014&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 20 jun. 2019.

NOVAES, Washington. Agenda 21. In: TRIGUEIRO, André (Org). *Meio ambiente no século 21*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

ONU. *Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment*. Estocolmo, 1972. Disponível em: <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503&l=en>. Acesso em: 30 jun. 2019.

OLIVEIRA, Rafael Santos de. *A mídia como ator emergente das Relações Internacionais: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas*. Florianópolis: U FSC, 2010. 418 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, *Revista Argumentum* – RA, eISSN 2359-6889, Marília/SP, V. 21, N. 1, pp. 229-250, Jan.-Abr. 2020. 249

O MOVIMENTO AMBIENTALISTA EM REDE: O USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PELO GREENPEACE COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE

Florianópolis, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/94242/284318.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 30 jun. 2019.

SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. *Manual das organizações internacionais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.

SOARES, Guido Fernando da Silva. *A proteção internacional do meio ambiente*. Baueri, São Paulo: Manole, 2003.

TELLES, André. *A revolução das mídias sociais*. Disponível em: <http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2019.

VIOLA, Eduardo. A globalização e a política ambiental no Brasil na década de 90. *XVIII Encontro Anual de ANPOCS*, Caxambú, 1994.