



ATIVISMO AMBIENTAL: O DESAFIO DE TRANSFORMAR A LEGISLAÇÃO PELA INTERNET

ENVIRONMENTAL ACTIVISM: THE CHALLENGE TO TRANSFORM LEGISLATION ON THE INTERNET

Letícia Vitória Assis da Silva¹

RESUMO

As Redes sociais, presentes no cotidiano de uma maneira geral, caracterizadas pela velocidade em que as informações são disseminadas, tornam-se chave importante para o ativismo ambiental de uma maneira geral, por suas influências e já citada rapidez na propagação de informação. Dessa maneira, referidas mídias se apresentam como um auxílio primordial no movimento ambientalista, que cresce com expressividade desde os anos 60. Nesse contexto, o presente texto tem como função identificar mencionadas redes sociais, suas características na forma de propagação dos ideais ambientalistas e analisar seu impacto de maneira efetiva fora das mídias sociais. Posteriormente, buscará explanar seus objetivos no que se refere a esfera jurídica e política, demonstrando por fim como tais redes possibilitam o ativismo de maneira efetiva e seus desafios para os próximos anos, mostrando assim que as ações fogem dos simples atos de conscientização e publicidade, mas que de fato chegam até a efetividade que o movimento tanto almeja.

Palavras-chave: ambientalismo; mídias sociais; redes sociais.

ABSTRACT

Social networks, present in the daily life in general, characterized by the speed in which information is disseminated, become an important key to environmental activism in general, because of its influences and already cited speed in the propagation of information. In this context, the present text has as its function to identify the mentioned social networks, their characteristics in the form of propagation of the environmentalist ideals and to analyze their impact effectively outside of social media. Subsequently, it will seek to explain its objectives regarding the legal and political sphere, showing how such networks effectively enable activism and its challenges for the coming years, thus showing that actions evade simple acts of awareness and publicity, but that in fact they reach the effectiveness that the movement so longs for.

Key-words: environmentalism; social media; social networks.

¹ Graduanda pelo curso de Direito da Universidade do Estado de Minas Gerais na Unidade de Frutal - leticia.assis.2015@outlook.com



INTRODUÇÃO

O surgimento dos meios de comunicação em massa, apontou uma nova perspectiva na sociedade contemporânea de divulgação e publicidade em grande escala e de maneira efetiva. Nesse contexto, na década de 20, surgem as primeiras rádios estadunidenses, início este, de um desenvolvimento acelerado dos meios de comunicação e transmissão de informações. Ainda, na década de 50, os televisores tornaram-se sucesso de vendas no país norte-americano, difundindo dessa forma, novos meios de divulgação em massa. Nos anos 70, a criação da internet em plena Guerra Fria mudou o rumo dos meios de comunicações mundiais. Quando nos anos 90 tornou-se popular o acesso à internet, uma explosão de sites e meios de acesso a informações rápidas surgiram, revolucionando os meios de comunicação como nunca foi visto, dessa forma a publicidade aproveitou a deixa e o espaço para difundir seus produtos.

Igualmente a tecnologia, o crescimento industrial acelerado e o aumento da população global, trouxeram preocupações a pesquisadores e governantes quanto à devastação ambiental que o planeta sofria e vem sofrendo exponencialmente. Mares, florestas, solos e o ar, passaram por danos por vezes irreversíveis desde a Revolução Industrial. Deve-se esse fator principalmente ao desconhecimento do que esses danos poderiam causar ao planeta Terra e a rapidez com que o desenvolvimento tecnológico e industrial se deram. Nesse contexto, nos anos 60 nos Estados Unidos, os primeiros ativistas ambientais surgiram, apresentando uma preocupação inédita a respeito do futuro do nosso planeta e o desenvolvimento desenfreado e sem responsabilidade que as grandes camadas industriais estavam desenvolvendo.

Nos anos 80, o ativismo ambiental toma conta do planeta, e chega à América Latina com força para atrair novos adeptos e grandes conflitos. Nesse contexto, o meio de comunicação mais usado para conscientização e divulgação das ideias ambientalistas era a televisão. Ainda que pouca essa visibilidade, os grandes



conflitos no norte do país entre fazendeiros, garimpeiros, exploradores e ambientalistas, tomavam conta do noticiário do país. Como exemplo no Brasil, Chico Mendes que era seringueiro, sindicalista e ativista ambiental brasileiro, morto em 1988, no Acre, por lutar pelos seringueiros e indígenas da Amazônia.

Com o desenvolvimento da internet e com o surgimento das redes sociais, a difusão de informação tornou-se incontrolável. A conscientização ambiental, foi trabalhada de forma intensa nas escolas e faculdades, bem como em outros meios sociais como a igreja e as ONG's. Juntando os dois cenários, o ativismo ambientalista aproveitou que os holofotes desta sociedade tecnológica estavam voltados para a grande rede de computadores e internet, e juntamente com uma publicidade incisiva, passaram a militar por leis e ações governamentais que controlassem a devastação do meio ambiente no Brasil, bem como utilizar os meios sociais para fazer denúncias e difundir o respeito pelo meio ambiente.



1 AS REDES SOCIAIS

Para descrever as Redes Sociais e tratar dos seus mecanismos de divulgação e conscientização, precisamos tratar do desenvolvimento dessas redes que é um grupo maior de mecanismos com os quais as pessoas são capazes de compartilhar informações, imagens, vídeos e arquivos de áudio.

As primeiras aparições de mecanismos que tinham características de sociabilizar dados surgem no ano de 1969, com o crescimento da tecnologia dial-up e o lançamento do CompuServe — um serviço comercial de conexão à internet em nível internacional muito propagado nos EUA.

Fator de destaque nessa evolução foi o envio do primeiro e-mail em 1971, sendo seguido sete anos mais tarde pela criação do Bulletin Board System (BBS), um sistema criado por dois entusiastas de Chicago para convidar seus amigos para eventos e realizar anúncios pessoais. Essa tecnologia usava linhas telefônicas e um modem para transmitir os dados.

O ano de 1994 é definitivo e mostra ao mundo os primeiros traços das redes sociais com o lançamento do GeoCities. A função desse serviço era fornecer recursos para que as pessoas pudessem criar suas próprias páginas na web, sendo categorizadas de acordo com a sua localização.

Em meados dos anos 2000, a internet obteve um aumento significativo de presença no trabalho e na casa das pessoas. Dessa forma, as redes sociais alavancaram uma imensa massa de usuários e a partir desse período uma imensidão de serviços foram surgindo. 2004 pode ser considerado o ano das redes sociais, pois é nesse período que foram criados o Flickr, o Orkut e o Facebook — algumas das redes sociais mais populares, incluindo a maior de todas até hoje.

O Orkut dispensa apresentação. A rede social da Google foi durante anos a mais usada pelos internautas brasileiros, até perder seu título para a criação de Mark Zuckerberg em dezembro de 2011. Um dos levantamentos mais recentes aponta que cerca de 29 milhões de pessoas ainda o utilizam.



Apesar de ter sido criado em 2004, dentro do campus da Universidade de Harvard, o Facebook só chegou à grande massa no ano de 2006. Desde então a rede social é sinônimo de sucesso e crescimento, superando a incrível marca de 1,94 bilhão de pessoas cadastradas. Hoje, a marca está avaliada em US\$ 300 bilhões. Atualmente o grupo Facebook, é dono do Instagram, Twitter e Whatsapp.

Um mecanismo interessante também, é a criação de petições pela internet para que sejam entregues demandas aos responsáveis pelo que elas direcionam, como é o caso do Avaaz, um dos mais conhecidos meios para essa função. Avaaz.org é uma rede para mobilização social global através da Internet. Sua principal missão é mobilizar pessoas de todos os países para construir uma ponte entre o mundo em que vivemos e o mundo que a maioria das pessoas quer.

A facilidade de divulgação através desses meios é certa para a difusão de ideias e formação de opinião. Grande parte de assuntos polêmicos são discutidos cotidianamente através dessas redes sociais, onde há uma abertura maior para vários tipos de opiniões e pontos de vista. Ainda, a possibilidade de criação de páginas e grupos para discussões mais direcionadas, é mais um mecanismo para a propagação de ideais mais específicos, como é o caso da causa ambiental.

2 MÉTODOS DE PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES E SUA EFETIVIDADE NO COTIDIANO SOCIAL

O Facebook, que é a rede social mais utilizada no mundo, abriu um leque de oportunidades de divulgação para todas as pessoas. Ainda que boa parte dessas pessoas o utilizem por motivos de distração, muitas fazem de sua ocupação nesta rede como trabalho ou luta por pontos importantes na sociedade.

Essa ferramenta, permite que as pessoas publiquem links com reportagens, blogs, textos, imagens, jogos entre outros, para sua rede de amigos, que possuem a escolha de “curtir”, “comentar” ou “compartilhar”. E isso é o grande ponto de divulgação nessas redes. Quanto mais uma postagem é comentada ou curtida, mais



ela aparece na linha do tempo de outras pessoas, dessa forma, divulgando aquilo que o indivíduo quer transmitir. Outro macete do Facebook, é a criação de eventos para a divulgação de atos e situações que podem abalar setores sociais.

O AVAAZ² é o método muito utilizado para mobilizar uma grande massa de pessoas assinando petições, financiando campanhas de anúncios, enviando e-mails e telefonando para governos, organizando protestos e eventos nas ruas, tudo isso para garantir que os valores e visões da sociedade civil global informem as decisões governamentais que afetam todos nós.

Na maioria das vezes, a rede Avaaz e o Facebook trabalham juntos indiretamente na divulgação dessas ações promovidas.

3 O MOVIMENTO AMBIENTALISTA, A LEGISLAÇÃO E A INTERNET

Tratando-se do movimento ambientalista, o autor Manuel de Castells (2006)³ apresenta um modelo esclarecedor através do qual se verifica o ambientalismo na frente das novas mídias como mecanismos de mobilização e organização pela internet.

Por exemplo, uma coalização de grupos ambientais nos Estados Unidos, Canadá e Chile, formada a partir dos *friends of the Earth*, *Sierra Club*, *Greenpeace*, *Defenders of Wildlife*, *The Canadian Environment Law Association* e muitos outros, mobilizou-se contra a aprovação da Associação Norte-Americana de Livre Comércio (NAFTA) por causa da insuficiência de dispositivos legais de proteção ambiental no acordo. Eles usaram a internet para coordenar ações e trocar informações, construindo uma rede permanente que passou a traçar as linhas de batalha da ação ambiental transnacional nas Américas na década de 90. (CASTELLS, 2006, p. 162)

Observa-se que, nas palavras de Castelles (2006, p. 163)⁴ “o ambientalismo não pode ser considerado meramente um movimento de conscientização. Desde o início, procurou exercer influência na legislação e nas atitudes tomadas pelos

² AVAAZ. Quem somos. Disponível em: <<https://secure.avaaz.org/page/po/about/>>. Acesso em: 12 set. 2017.

³ CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação* - economia, sociedade e cultura. vol. 1. 10 ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

⁴ Ibid., p.163



governos.” De forma mais simples, as oportunidades possibilitadas por este novo espaço social, que não mais é, de forma reducionista, controlado pelas novas mídias, mas é consequência de seu próprio sistema, onde cria novas necessidades, modificando, no que tange à questão ambiental, a produção de leis e políticas públicas referentes à proteção ambiental.

O professor Márcio de Souza Bernardes em seu artigo na Revista do Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Maria então explana:

Está-se diante, portanto, de um verdadeiro ativismo virtual no que se refere ao meio ambiente, que, no entanto, ultrapassa o espaço virtual e se estabelece no mundo físico através de modificações concretas das legislações.⁵

Dessa forma, os agentes transformadores hoje, são formados através de principalmente das mídias sociais, as lutas elencadas para o Congresso Nacional, por exemplo, são formuladas e debatidas na esfera virtual. Os próprios membros do Senado e Câmara dos Deputados, já mudaram suas perspectivas de chegada ao público, e passaram a chegar aos seus eleitores pela internet.

Foi a pressão virtual quem alterou por exemplo, o decreto assinado pelo presidente Michel Temer, de exploração mineral na Amazônia em Agosto de 2017. Páginas e blogs de juristas ambientalistas e ativistas, fizeram uma publicidade em massa a respeito desse decreto, pelo qual, boa parte da população soube e pressionou conjuntamente na internet contra esse decreto que foi alterado pelo Presidente.

Segundo ambientalistas, o novo texto traz mais salvaguardas para as áreas protegidas, mas alertaram que o texto continua sem proteger a região dos efeitos indiretos da mineração como garimpo e desmatamento.

⁵ BERNARDES, Márcio de Souza. Movimento ambientalista e as novas mídias: ativismo ambiental na internet para a proteção jurídica do meio ambiente - *Revista Eletrônica do Curso de Direito UFSM* ISSN 1981 - 3694.



4 OS DESAFIOS DO ATIVISMO AMBIENTAL (E VIRTUAL) PARA OS PRÓXIMOS ANOS

Arno Kayser⁶, do Movimento Roessler, este com sede em Novo Hamburgo no Rio Grande do Sul, que é agrônomo, ecologista e escritor, aponta quais acreditam ser as principais dificuldades do movimento ambientalista atualmente defende:

A luta ambiental é uma luta popular no país, que pode ganhar o apelo da juventude, basta que as antigas lideranças, que ainda estão na mesma luta dos anos 1980 e 1990, saibam se conectar com essa atual geração, que tem muito mais habilidade para militar do que a minha”, e continuou “nos anos 1990, as grandes corporações quiseram se anexar a essa imagem de proteger o meio ambiente, aí se fortaleceu esse termo ‘ambientalismo’. Mas a luta ecológica é um movimento conjunto com a sociedade. Nós temos de ser muito mais ecologistas do que ambientalistas.

Kayser fez parte do grupo de fundadores do Comitê de Gerenciamento da Bacia Hidrográfica do Rio dos Sinos (Comitesinos), o primeiro comitê de bacia do Brasil. Além disso, ocupa a função de fiscal ambiental na Fundação Estadual de Proteção Ambiental Henrique Luiz Roessler (Fepam).

Com a tecnologia cada vez mais ativa no cotidiano das pessoas, a mobilização se dá com muito mais frequência pela internet. É o que explica a historiadora ambiental Elenita Malta: “Claro que permanecem as reuniões presenciais dos grupos, mas as campanhas mais quentes se dão pela internet, especialmente pelas redes sociais”, conclui.

Para que ocorra a mobilização e exista o incentivo de agregar novos militantes para o movimento deve se refletir formas de atrair o público desejado, e a internet é um canal para esse tipo de ação. Como um dos desafios do movimento

⁶ NETO, Alberi. EBERHARDT, Aline. KRAMER, Ariadne. Os desafios do movimento ambientalista gaúcho. Disponível em: <<https://jornalismoambiental.uniritter.edu.br/?p=1802>>. Acesso em: 12 set. 2017.



ambientalista é trazer jovens, até para dar continuidade ao trabalho futuramente, as redes sociais são o atrativo desse público.

O grande problema para que essas manifestações e esse ativismo saiam do âmbito da internet, é a questão financeira. Para colocar as ações em prática, o dinheiro vem do próprio bolso dos ambientalistas. “As manifestações maravilhosas de rua a gente não tem mais. É pouca mobilização”, aponta Kathia Monteiro, do Instituto Augusto Carneiro, que prossegue: “O pessoal não sai do trabalho cansado e vai pra manifestação. Ficou tudo muito simbólico.”⁷.

Nesse contexto, podemos concluir que a falta de tempo das pessoas e um horário cada vez mais contado do dia-a-dia, não colaboram para que as manifestações de rua aconteçam de forma eficaz. E o que temem os ambientalistas é que o movimento vire mercado. Não só os ambientalistas defendem a natureza, e isso já é positivo para o movimento, entretanto, a promoção, marketing e publicidade se aproveitam para se promoverem usando essa causa e tantas outras, transformando a proteção ambiental em dinheiro.

CONCLUSÃO

A internet, como meio cada dia mais presente no cotidiano social, é uma ferramenta que deve ser utilizada para qualquer âmbito de militância social, econômica ou ambiental. Seus atrativos são indiscutíveis do ponto de vista de que a transmissão de informações divulgação se dão de forma rápida e ampla, atingindo a grande massa que utiliza desses meios diariamente.

Contudo, para uma maior efetividade é importante ressaltar de que a luta presente e intelectual fora da internet não deixe de acontecer, entre outras situações por ser mais eficaz e mostrar para outras pessoas que não têm acesso a esse meio

⁷ NETO, Alberi. EBERHARDT, Aline. KRAMER, Ariadne. **Os desafios do movimento ambientalista gaúcho**. Disponível em: <<https://jornalismoambiental.uniritter.edu.br/?p=1802>>. Acesso em: 12 set. 2017.



virtual, a importância do movimento.

O movimento ambientalista, como já dito anteriormente, faz um trabalho muito importante em escolas, empresas e nas igrejas, seja através de Organizações Não Governamentais, ou através de meios de conscientização como campanhas como a campanha da Fraternidade promovida pela igreja Católica em 2017, com o tema “Fraternidade: biomas brasileiros e a defesa da vida”, e isso é essencial para a reflexão da massa fora das redes sociais como os já citados Facebook e Twitter.

A ideia final é que haja um equilíbrio entre o ativismo virtual e a militância de rua, pois ambos são de grande significado para propagação da luta pela proteção do meio ambiente, da vida e do respeito com as gerações futuras.

REFERÊNCIAS

BERNARDES, Márcio de Souza. Movimento ambientalista e as novas mídias: ativismo ambiental na internet para a proteção jurídica do meio ambiente – **Revista Eletrônica do Curso de Direito UFSM** ISSN 1981 – 3694.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação** – economia, sociedade e cultura. vol. 1. 10 ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

AVAAZ. **Quem somos**. Disponível em: <<https://secure.avaaz.org/page/po/about/>>. Acesso em: 12 set. 2017.

G1. **Ações do Facebook disparam após forte crescimento dos lucros**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/01/acoes-do-facebook-disparam-apos-forte-crescimento-dos-lucros.html>>. Acesso em: 14 set. 2017.

G1. **Após críticas, Temer altera decreto sobre mineração na Amazônia**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/08/apos-criticas-temer-altera-decreto-sobre-mineracao-na-amazonia.html>>. Acesso em: 14 set. 2017.

NETO, Alberi. EBERHARDT, Aline. KRAMER, Ariadne. **Os desafios do movimento ambientalista gaúcho**. Disponível em: <<https://jornalismoambiental.uniritter.edu.br/?p=1802>>. Acesso em: 12 set. 2017.

TECMUNDO. **A história das redes sociais: como tudo começou**. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.html>>. Acesso em: 12 set. 2017.